

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

EL CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA
CIUDAD DE QUITO, DESDE EL AÑO 2014: CASO IMPAQTO, EL
PROYECTO DE DOS MUJERES EMPRENDEDORAS.

CLAUDIA ANTONELLA MEDINA BONILLA

DIRECTOR: MBA. MARIA FERNANDA LARA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

QUITO, JUNIO 2017

DIRECTOR:

MBA. María Fernanda Lara

INFORMANTES:

Mgtr. Irina Verkovitch

Mgtr. Christian Fajardo

DEDICATORIA

A Daniela Peralvo por ser guía fundamental de mi formación profesional a lo largo de esta carrera universitaria, mi mentora y ejemplo de perseverancia diaria para alcanzar el éxito personal.

A mis padres por el apoyo incondicional a través del tiempo, además de su esfuerzo y compañía durante toda mi educación.

AGRADECIMIENTOS

Un agradecimiento muy especial a María Fernanda Lara por su dirección para la realización de esta tesis, además de su gran trabajo junto con Irina Verkovitch como pilares fundamentales del equipo de investigación.

A mis compañeras de investigación por su interés y colaboración para la finalización del estudio.

Y a todos los agentes de cambio que conocí a lo largo de mi vida por demostrarme que el emprendimiento es una gran oportunidad para buscar un mundo mejor.

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad ImpaQto es uno de los espacios de *coworking* más grandes del Distrito Metropolitano de Quito por su tamaño físico y su amplia red de emprendedores. Desde el año 2014, la ciudad percibe el aumento del emprendimiento femenino, por esta razón un *coworking* liderado por mujeres debe apoyar la equidad de género en la actividad emprendedora del país.

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental diagnosticar el crecimiento del emprendimiento femenino en el DM desde el año 2014 hasta febrero del 2017. Como resultado del trabajo de investigación se plantea un análisis descriptivo de las principales funciones de un espacio de *coworking* como ImpaQto, además de un estudio estadístico de la población emprendedora femenina de la empresa y *coworkings* de la ciudad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
1. DEFINICIÓN DE COWORKING.....	2
1.1 ¿QUÉ ES UN <i>COWORKING</i> ?.....	2
1.1.1 Definición general del <i>coworking</i>	2
1.1.2 ¿Cómo funciona un <i>coworking</i> ?.....	4
1.2 LINEA DEL TIEMPO DEL <i>COWORKING</i>	7
1.2.1 A nivel mundial.....	7
1.2.2 En el Ecuador	15
1.2.3 En el Distrito Metropolitano de Quito.....	20
1.3 INCENTIVOS TRIBUTARIOS Y NO TRIBUTARIOS DEL EMPRENDIMIENTO	27
1.3.1 Definición y características de incentivos tributarios.....	27
1.3.2 Incentivos tributarios vigentes para el emprendimiento	30
1.3.3 Incentivos no tributarios – Alianza para el emprendimiento y la innovación	32
2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO	35
2.1 IMPAQTO, UN <i>COWORKING</i> DIRIGIDO POR MUJERES	35
2.1.1 Historia, misión y visión.....	35
2.1.2 Actividades dentro del espacio.....	41
2.1.3 Programas de incubación	49
2.1.4 Otros servicios.....	55
2.2 ¿QUIÉNES PARTICIPAN EN EL ESPACIO DE <i>COWORKING</i> ?.....	58
2.2.1 Emprendedores y su evolución	58
2.2.2 Alianzas	64
2.2.3 Mentores	66
2.3 EL CRECIMIENTO DE IMPAQTO	69
2.3.1 Expansión física del espacio de <i>coworking</i>	69
2.3.2 Crecimiento de la comunidad de ImpaQto	72
2.3.3 Demanda creciente de emprendedores	75
3. DISEÑO Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	78
3.1 ENCUESTA DE <i>COWORKINGS</i>	78
3.1.1 Definición de encuesta.....	78

3.1.2 Población	78
3.1.3 Enfoque en género.....	79
3.2 ENCUESTA DE EMPRENDIMIENTOS.....	82
3.2.1 Población	82
4. CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO	83
4.1 EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL MUNDO	83
4.2 EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA REGIÓN.....	91
4.3 EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL DMQ: CASO IMPAQTO	97
4.3.1 Análisis de resultados encuesta de ImpaQto: variables diferenciadoras	98
4.3.2 Análisis de resultados encuesta de ImpaQto: variables por mantener	102
4.3.3 Análisis de resultados encuesta de ImpaQto: variables por mejorar	105
5. DIAGNÓSTICO DE CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO SEGÚN RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	108
5.1 ANÁLISIS ENCUESTAS DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO	108
5.1.1 Análisis de resultados encuesta de emprendedores: variables de características de emprendimientos femeninos.....	108
5.1.2 Análisis de resultados encuesta de emprendedores: variables de incentivos para emprendedoras.....	117
5.1.3 Análisis de resultados encuesta de emprendedores: variables de crecimiento de emprendimientos femeninos.....	123
5.2 ANÁLISIS GLOBAL ENCUESTAS DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS	128
5.2.1 Análisis de resultado global encuesta de emprendedores: variables de crecimiento del ciclo de vida de los emprendimientos femeninos	129
5.2.2 Análisis de resultado global encuesta de emprendedores: variables de crecimiento colaborativo de emprendimientos femeninos.....	132
5.2.3 Análisis de resultado global encuesta de emprendedores: variables de crecimiento del entorno de emprendimientos femeninos.....	135
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
6.1 CONCLUSIONES	138
6.2 RECOMENDACIONES	142
BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXO 1: VARIABLES DE DIFERENCIACIÓN DE IMPAQTO FRENTE A DEMÁS COWORKINGS ENCUESTADOS.....	154
ANEXO 2: VARIABLES POR MANTENER DE IMPAQTO FRENTE A DEMÁS COWORKINGS ENCUESTADOS.....	158

ANEXO 3: VARIABLES POR MEJORAR DE IMPAQTO FRENTE A DEMÁS COWORKINGS ENCUESTADOS.....	164
ANEXO 4: VARIABLES DE CARÁCTERÍSTICAS - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO ENCUESTADOS	167
ANEXO 5: VARIABLES DE INCENTIVOS - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO ENCUESTADOS	174
ANEXO 6: VARIABLES DE CRECIMIENTO - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO ENCUESTADOS	179
ANEXO 7: VARIABLES DE CRECIMIENTO - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS ENCUESTADOS GLOBAL	184

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de Actividad Emprendedora en Latinoamérica	16
Tabla 2: Cuadro de actividades económicas en el Ecuador	18
Tabla 3: Principales características de la TEA	61
Tabla 4: Fortalezas y debilidades del emprendimiento femenino en las principales regiones mundiales.....	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Actividades económicas de mayor porcentaje en las provincias ecuatorianas	19
Figura 2: Creación de nuevas empresas en las G7	27
Figura 3: Análisis de actividad femenina en base a factor eficiencia 2015	86
Figura 4: Análisis de actividad femenina en base al factor innovación 2015	87
Figura 5: Porcentaje de adultos con intención de emprender un nuevo negocio en economías latinoamericanas y el Caribe, por género.	93
Figura 6: Porcentajes TEA en América Latina y el Caribe, por género	95
Figura 7: Crecimiento de cartera de clientes ImpaQto	100
Figura 8: Respuesta de coworkings sobre influencia en la dinámica social	104
Figura 9: Respuesta de coworkings proporción emprendimientos femeninos	107
Figura 10: Factores de decisión para trabajar en coworking (proporciones masculinas y femeninas)	120
Figura 11: Percepción de la colaboración entre emprendimientos	134

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración # 1: Mapa espacios de coworking	14
Ilustración # 2: Mapa espacios de <i>coworking</i> Ecuador.....	17
Ilustración # 3: Mapa <i>coworkings</i> Quito 2015	24
Ilustración # 4: Mapa <i>coworkings</i> Quito 2016	24
Ilustración # 5: <i>Coworkings</i> Impact Hub y afiliadas en el mundo	37
Ilustración # 6: Precios de membresías en ImpaQto.....	43
Ilustración # 7: Demografía de emprendimientos en ImpaQto en proporciones y nacionalidades	110
Ilustración # 8: Demografía de emprendimientos femeninos en ImpaQto (edad y educación)	111
Ilustración # 9: Características sectoriales de vinculación y experiencia previa emprendimientos femeninos	113
Ilustración # 10: Características funcionales colaboradores masculinos y femeninos en emprendimientos femeninos.....	115
Ilustración # 11: Resumen variables de crecimiento del ciclo de vida de emprendimientos femeninos ImpaQto.....	126
Ilustración # 12: Variables de crecimiento del ciclo de vida global de los emprendimientos femeninos encuestados.....	131

INTRODUCCIÓN

El espacio de *coworking* ImpaQto nace en el año 2014 como una red de emprendimiento fundada por cuatro socios que desarrollaban diferentes profesiones anteriormente. Esta pequeña empresa liderada principalmente por dos mujeres emprendedoras, Arévalo y Peralvo, tiene como objetivo ofrecer un espacio a los emprendedores comprometidos con la sociedad para construir una sociedad más amable, justa y productiva.

Conjuntamente con el nacimiento de ImpaQto florece en la sociedad ecuatoriana, y específicamente en el Distrito Metropolitano de Quito, la actividad emprendedora más importante del país. Sin embargo, durante el primer año existe una gran brecha entre la población emprendedora masculina y femenina. Por esta razón ImpaQto y demás organizaciones vinculadas al emprendimiento encuentran la necesidad de crear espacios para mujeres, con el fin de promover la igualdad de género y crear nuevas oportunidades para emprender.

A través del presente proyecto de investigación se propone describir el funcionamiento de ImpaQto desde su inauguración hasta año del 2016 y diagnosticar el crecimiento del emprendimiento femenino en ImpaQto y el DM, en base a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los espacios de *coworking* y sus emprendimientos.

1. DEFINICIÓN DE COWORKING

1.1 ¿QUÉ ES UN *COWORKING*?

1.1.1 Definición general del *coworking*

El término de *coworking* no tiene una definición exacta y no existen registros en diccionarios que puedan definir esta palabra, esto es producto de que tanto la palabra como el concepto fueron utilizados al final del siglo XX, y fue el ingeniero Louis Bernard de Koven quien definió en 1999 al *coworking* como “un trabajo colaborativo, apoyado por un ordenador y las tecnologías existentes” (Coworking). Es un vocablo que traducido del inglés al español y provee como resultado “trabajando en conjunto” (*co*: colaboración, *working*: trabajando).

En la actualidad el *coworking* sigue siendo una palabra difícil de definir porque la mayoría de personas tienen un trabajo basado en jerarquías y estructuras organizacionales poco flexibles. Según Nina Pohler, los espacios de *coworking* vienen en diferentes tamaños y variedades. Las personas que trabajan en un *coworking* tienen en mente el funcionamiento y conocen la lógica del espacio. (Coworking 101: A new definition, 2011)

La definición de *coworking* para Cashman es intrínsecamente colaborativa. No solamente los miembros comparten sus habilidades dentro del espacio, sino que el personal del *coworking* en todos los rincones del mundo intercambia recursos y experiencia. Los planes de negocio, consejos de marketing e información de seguridad, son ampliamente compartidos con toda la comunidad internacional. (Cashman, 2012)

Esta tendencia comenzó a funcionar entre los *freelance* de Estados Unidos, ellos se definen como “una persona independiente, que debido a la globalización, junto con el aumento de la potencia de los ordenadores y el abaratamiento de los costes decidieron trabajar desde casa” (Pinilla, 2005). La página de Fangaloka describe al *coworking* como “la práctica por la cual profesionales que no comparten ni empresa ni sector de actividad, se unen para trabajar juntos en un mismo espacio” (Qué es coworking, 2015). Esta definición crea un nuevo concepto de la forma de trabajo de las personas en la actualidad, es decir que ya no existe un solo espacio de trabajo como las oficinas, sino que poco a poco los espacios comunales como el *coworking* van aumentando su participación en el mercado.

Para poder relacionar las actividades del *coworking* con el emprendimiento femenino, es necesario entender que las mujeres están alcanzando niveles más altos en puestos de trabajo reconocidos a nivel mundial, y están cambiando la perspectiva de su rol como mujeres en la sociedad.

En el portal web del Foro Económico Mundial (World Economic Forum), se presenta a 15 mujeres que están cambiando el mundo desde el año 2015. En el artículo se nombra a varias mujeres provenientes de diferentes países, entre ellas están Muna AbuSulayman, Krithi Karanth y Chetna Sinha, quienes han implementado nuevos modelos de negocio y pensamientos poco convencionales en las sociedades machistas. (Parker, 2015)

1.1.2 ¿Cómo funciona un *coworking*?

1.1.2.1 Modelo básico de trabajo

Para comprender como funciona un espacio de *coworking*, se debe pensar que la estructura de una oficina tradicional deja de existir y que las personas pueden tomar cualquier espacio disponible para realizar sus actividades cotidianas según su planificación diaria. Los espacios de *coworking* toman en cuenta que se debe trabajar en horas de jornadas laborales, por esta razón los horarios de atención son iguales a los de una oficina. (Xindanwei, 2012)

Además, un *coworking* la mayoría del tiempo está enfocado en diseñar una plataforma social, en donde se integra a los miembros del espacio para poder compartir con ellos las actividades que se están desarrollando o que se planean generar a futuro. Lo que los *coworking* utilizan como

herramientas principales para comunicarse con sus miembros son las redes sociales, programas gratuitos de planificación y servidores de alojamiento de información de bajo costo.

Es importante recalcar que el espacio de *coworking* ayuda a los emprendimientos a tener mayores contactos y formar redes entre los miembros. Esto se debe a que dentro del espacio se realizan programas que permiten el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos desde cualquier etapa en la que se encuentre el proyecto. (Xindanwei, 2012)

1.1.2.2 Comunidad de *coworking*

Una comunidad de *coworking* se define como aquella que fomenta un buen ambiente de trabajo. Según los dueños del espacio de *coworking* Xindanwei, la comunidad es el conjunto de miembros del espacio que trabaja, estudia, conoce gente, conversa y conoce sobre la existencia de los demás. Una buena comunidad de *coworking* solo puede establecerse en un buen espacio. Cuando la gente se siente cómoda dentro de él, permanecerá por más tiempo y comenzará a llevarse con los demás para así edificar una gran comunidad. (Coworking Manual, 2012)

La comunidad de *coworking* es uno de los pilares más importantes del espacio, porque tiene miembros que respaldan el trabajo realizado dentro del espacio y además se forman mayores vínculos con otras organizaciones o referencias de los miembros. A futuro estas personas podrán formar parte de la comunidad de *coworking* y convertirse en agentes estratégicos para el espacio.

1.1.2.3 Modelo de negocio general

El *coworking* normalmente funciona en base a 3 pilares fundamentales, estos son las membresías, una plataforma para equipos y otros servicios. Estos factores serán explicados con mayor precisión en la definición del espacio de *coworking* de ImpaQto.

Para adelantar estos puntos brevemente, la membresía consiste en una afiliación mensual, semestral o anual que realiza la persona interesada en alquilar el espacio de *coworking*. La plataforma para los equipos son espacios de alquiler de pequeñas oficinas dentro del espacio, las cuales están diseñadas para acoger a grupos de trabajo constantes conformados desde 2 hasta 6 miembros aproximadamente. En el caso de otros servicios, estos se ajustan directamente con los objetivos y recursos del

coworking, algunos de estos servicios son charlas o exposiciones dentro del espacio. (Xindanwei, 2012)

1.2 LINEA DEL TIEMPO DEL *COWORKING*

1.2.1 A nivel mundial

En el año 1999 se da un nuevo significado a la palabra *coworking* y es Brian DeKoven quien realiza el lanzamiento de esta nueva palabra para definir un nuevo método colaborativo dentro del trabajo, reuniones de trabajo por medio de computadoras y tecnología. (Deskmag, 2015) En esta época, la tecnología era muy diferente en todo el mundo, las personas utilizaban Diskette, aparecieron los primeros celulares que solamente realizaban llamadas. La comunicación personal era la herramienta más utilizada para realizar una buena negociación.

Para agosto de 1999, 42 West 24 una compañía de software establece el primer estudio en donde la idea fue ofrecer un espacio de trabajo abierto para aquellas personas que querían alquilar un escritorio. Este espacio se caracterizó por diferenciarse de un espacio de *coworking*, ya que las personas que alquilaban el espacio no compartían con una comunidad, ni participaban en eventos realizados por la compañía. En este lugar, las

personas no colaboraban entre sí, sino que trabajaban individualmente en sus proyectos. (Deskmag, 2015)

Fue en enero del 2002, que el primer espacio de *coworking* en el mundo abrió sus puertas en la ciudad de Viena. *Schraubenfabrik*, fue su nombre en alemán, que en español significa fábrica de tornillos y fue el primer espacio para los emprendedores de esta ciudad. Por el éxito y alta demanda de emprendedores alemanes, los fundadores decidieron abrir dos locales en el 2004 y 2007 llamados *Hutfabrik* (fábrica de sombreros) y *Rochuspark*. Estos espacios de *coworking* facilitaron el trabajo de al menos 100 miembros y lograron crear una plataforma de trabajo llamada Konnex. Sus fundadores, no se enfocaron en crecer cuantitativamente sino que prefirieron ofrecer beneficios cualitativos a todos sus miembros. (The History Of Coworking, 2015)

Pocos meses después, en diciembre del 2002, Dinamarca abre su *coworking* *LYNfabrikken*. Para aumentar su propuesta de valor a los emprendedores, este lugar cuenta con una cafetería abierta para todos los miembros del espacio. De esta forma, captaron la atención de todas aquellas personas que estaban acostumbradas a trabajar en cafeterías, pero esta vez ellos no tenían que consumir varios productos sino que debían pagar por su membresía en el espacio. Este local generó un gran cambio sobre la estructura de

negociación, ya que en su cafetería disponen de salas para son utilizadas como espacios de reuniones. (LYNfabrikken, 2014)

La tendencia del *coworking* sigue en Europa, y en Londres en enero del 2005 se edifica una gran red llamada The Hub. Esta red de *networking*, inició en la estación Angel de Londres. Es la más grande red de contactos de *coworking* en el mundo y actualmente está presente en 5 continentes de todo el mundo. (Impact Hub, 2015)

El 9 de Agosto de 2005, el primer día del *coworking* en San Francisco comienza. Esta tendencia crece mundialmente, no solamente en los países de Europa sino que también llega a los Estados Unidos, un país grande y conocido por su gran número de emprendedores en todos los campos. El espacio alojado en Spiral Muse, ofrecía escritorios a sus miembros, pero la idea de su fundador Brad Neuberg, fue entregar nuevas experiencias a sus usuarios como reuniones entre miembros, sesiones de yoga, salidas en bicicletas, entre otras actividades. (The History Of Coworking, 2015). Por otra parte, en Berlín en septiembre del 2005, *St. Oberholz* es la primera cafetería que abre sus puertas a invitados que quieren trabajar con sus computadoras sin considerarlos como personas que “roban su internet”.

El 21 de enero del 2006, se crea el primer Wiki, una intranet para espacios de *coworking* en donde varios fundadores, escritores y trabajadores

independientes pueden compartir sus experiencias y conocimientos, por medio del internet. Poco tiempo después, en el mes de marzo se crea un programa llamado *Jelly*, en el cual se invita a diferentes personas a participar de eventos ocasionales en los que se debaten ideas, con el fin de solucionar problemas actuales. Estas reuniones se las realizaban en la ciudad de Nueva York, y establecieron una comunidad sin fronteras en Estados Unidos.

Los fundadores del primer *coworking* en el mundo, en el año 2006 deciden abrir *The Hat Factory*, el primer espacio de *coworking* que trabaja a tiempo completo para satisfacer las necesidades de los emprendedores. En este lugar, los miembros tienen la disponibilidad de trabajar como en una oficina normal, sus horarios son de 8 horas diarias.

Después de tan grande éxito de *The Hat Factory*, en Estados Unidos y el mundo entero el término “*coworking*” se convierte en una de las palabras más buscadas en internet. En la plataforma de *Google Search* desde marzo del 2007, esta palabra comienza a aumentar su número de búsquedas y aparece entre las tendencias de la red más grande de tecnología e internet. En el 2013, se notará un crecimiento del 20% en búsquedas de la palabra *coworking*. (Google, 2013)

En el día del trabajador del año 2007, se realiza la primera feria donde se crean redes de comunicación entre los emprendedores y los *coworkings* de todo el mundo. Suiza no se queda atrás, y en el mismo año se abren las

puertas del primer espacio de *coworking* en Zurich en una vieja edificación que solía ser una fábrica de jabones. Por otra parte, *Indyhall* es el primer *coworking* que recibe soporte financiero antes de su creación, por medio de herramientas tecnológicas. De esta forma en agosto del 2007, se realiza la primera convención llamada *Digital Bohemians* para exponer las nuevas formas y estructuras de empleos. Esta convención se realizó entre las 9 pm hasta las 5 am para romper los esquemas del trabajo formal, un hecho que llamó la atención de todos los medios. (Deskmag, 2015)

En Barcelona, el primer espacio de *coworking* español se inaugura en el año 2007 y en octubre del mismo año la enciclopedia virtual Wikipedia agrega la palabra *coworking* a sus términos.

Para seguir la historia del *coworking*, en enero del 2008 *Cubes & Crayons* es el primer espacio en ofrecer una guardería a aquellos emprendedores que tuvieran hijos pequeños. Una iniciativa que a muchos de los miembros les pareció llamativa y los ayudó a concretar sus proyectos, ya que anteriormente ellos debían cumplir con la responsabilidad del cuidado de sus hijos y no podían dedicar su tiempo a trabajar. (Cubes & Crayons, 2013). En marzo, en la ciudad de Bruselas se realizan las primeras reuniones de representantes de *coworking* y de emprendedores interesados en trabajar en los espacios. Y en agosto, un acontecimiento importante para los emprendedores viajeros origina que los espacios de *coworking* sean más

llamativos, se crea la Visa de *Coworking*. Este concepto se alinea a la idea de una visa entre países, pero en vez de países son *coworkings* aliados; es decir que si un miembro visita otro *coworking* que esté en el sistema de Visa de *Coworking*, podrá ingresar gratuitamente y trabajar como si estuviese en su *coworking*. (The History Of Coworking, 2015).

Durante los años 2009 y 2010, el concepto de *coworking* sigue tomando fuerza en medios de comunicación como periódicos, revistas y páginas web. En Europa, se inauguran más espacios de *coworking* y revistas se especializan en temas relacionados solo con el *coworking*. Y en octubre del 2010, alrededor de 600 locales en Estados Unidos y Canadá ofrecen servicios de *coworking*. (Deskmag, 2015) El 9 de diciembre del 2010, se realiza la primera encuesta mundial de *coworking* para conocer las características e información de los espacios, de esta forma se escribieron varios artículos relevantes para los miembros y emprendedores. (Deskmag, 2011)

El 18 de septiembre del 2011, el primer trabajador de un espacio de *coworking* es elegido en el parlamento de Alemania. Y la segunda encuesta mundial se realiza en octubre del mismo año, en donde más de 1500 personas de 52 países comparten sus pensamientos y opiniones sobre los *coworkings* que han visitado o a los que pertenecen. (Deskmag, 2011)

En el año 2012, se empieza a extender la idea de redes y alianzas entre *coworkings* y en Estados Unidos se realiza el primer tour de los mejores espacios en las ciudades más grandes del país como Los Ángeles, Nueva York y San Francisco. (The History Of Coworking, 2015) El 2 de octubre del mismo año, se cuenta que existen alrededor de 2000 espacios de *coworking* en el mundo y en noviembre se realiza la tercera edición de la encuesta mundial de *coworking*.

En el año 2013, las corporaciones comienzan a interesarse por el trabajo y éxito de los espacios de *coworking* y en Chicago se abre el primer local con oficinas disponibles para equipos de trabajo pequeños. De esta forma en febrero, se cuenta que alrededor de 100.000 personas trabajan en un *coworking*. Desde el año 2011 hasta el 2013 el número de miembros de los espacios creció en un 117%. (Foertsch, 2013) En septiembre de este año, la primera asociación estadounidense de *coworking* se forma gracias a la subscripción de todos los dueños y representantes de *coworkings*. (Coshare, 2015). Pero Asia no se queda atrás, y comienza a desarrollar las mismas campañas y aperturas de espacios en ciudades como Tokio, donde existe un alto potencial emprendedor. (Deskmag, 2015)

Finalmente, para enero del 2015 la enciclopedia virtual Wikipedia, cuenta con artículos sobre *coworking* en 23 idiomas diferentes. (Deskmag, 2015) Un gran avance para este nuevo método de trabajo y para emprendedores interesados.

Actualmente, existen millones de lugares registrados como espacios de *coworking*. El mapa a continuación muestra la ubicación y cantidad de espacios en el mundo.



Ilustración # 1: Mapa espacios de coworking

Fuente: (Global Coworking Map, 2015)

En esta imagen se puede observar la enorme cantidad de espacios de coworking que existen a nivel mundial y los puntos más llamativos para este mercado son Estados Unidos, Europa y Brasil.

1.2.2 En el Ecuador

Después de conocer la historia mundial del *coworking*, es necesario comentar la historia no solamente de los espacios de *coworking* en el Ecuador, sino también del emprendimiento en el país y su evolución a lo largo de estos últimos años.

Según el reporte de *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM 2013, se constató un incremento del número de emprendimientos en el país. “Con un índice de Actividad Emprendedora Temprana – TEA- de 36%, diez puntos porcentuales por encima de lo observado en el 2012, Ecuador continúa con la tendencia creciente observada en los últimos años.” (GEM, 2013) Estos datos nos muestran el potencial de la población ecuatoriana en cuanto al emprendimiento y el interés de constituir un mejor país a través de su economía.

Pero en el país, los porcentajes de emprendimiento han aumentado debido a que existe la necesidad de un trabajo estable. El porcentaje de desempleo para el año 2015 se mantuvo en 3,8%, un número bajo en comparación a años anteriores. (INEC, 2015) Pero aún si este porcentaje es bajo, algunos ciudadanos ven la necesidad de crear sus propios negocios para poder pagar sus gastos básicos y sobrevivir en la economía ecuatoriana.

Por otra parte, las mujeres siguen de cerca el porcentaje de hombres emprendedores en el país. Solo existe una diferencia de 7 puntos porcentuales, que demuestran que las mujeres buscan nuevas oportunidades de mejorar su calidad de vida. En el reporte de GEM, el cuadro de Actividad Emprendedora según sexo por país, demuestra que el Ecuador comparado con otros países de Latinoamérica tiene un alto porcentaje de mujeres emprendedoras.

Tabla 1: Cuadro de Actividad Emprendedora en Latinoamérica

País	TEA Hombres (%)	TEA Mujeres (%)
Argentina	19.20	12.90
Brasil	17.19	17.42
Chile	29.97	18.96
Colombia	30.49	17.33
Ecuador	39.48	32.62
Guatemala	14.36	10.52
México	16.84	12.98
Panamá	23.84	17.41
Perú	27.29	19.60
Uruguay	19.70	9.02

Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor , 2013)

En el Ecuador no existe un dato oficial del número de espacios de *coworking* que abrieron sus puertas a los emprendedores, pero según el Global

Coworking Map, para el año 2015 existían alrededor de 8 locales. En el siguiente mapa se muestra la localización de los espacios en el país.

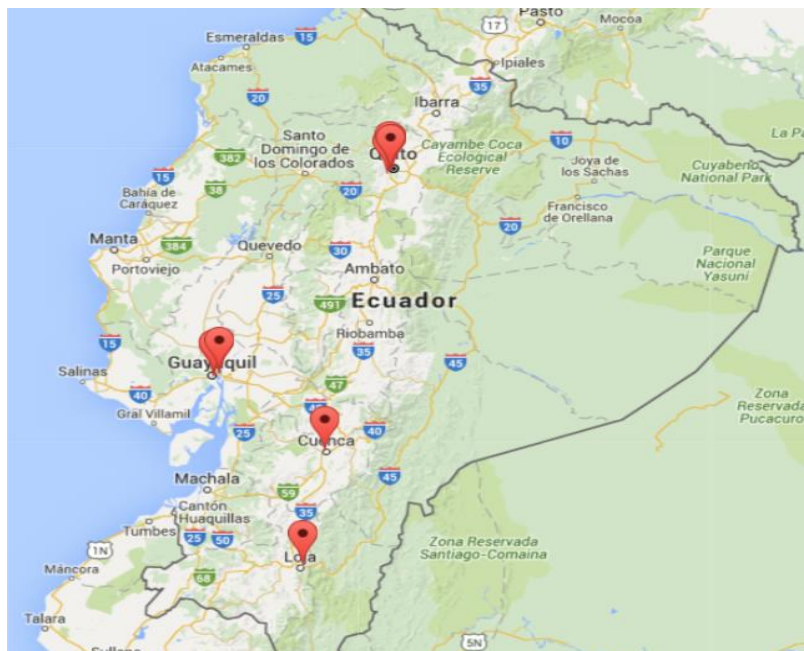


Ilustración # 2: Mapa espacios de *coworking* Ecuador

Fuente: (Global Coworking Map, 2015)

En el país, los “puntos calientes” (*hotspots* en inglés) para los emprendimientos son las grandes ciudades pero también aquellas que han desarrollado tecnología y reciben un alto porcentaje de turismo. Como grandes ciudades de emprendimiento están Guayaquil, Quito, Cuenca y Loja. Los espacios de *coworking* localizados en el Mapa anterior nos demuestran que estas ciudades cuentan con lugares dirigidos a los emprendedores. Pero en el último año, el número de espacios ha aumentado en un gran porcentaje, como fuente principal se puede observar en redes

sociales que nuevas páginas de *coworking* invitan a los usuarios a registrarse y adquirir este servicio.

En el Ecuador, las empresas dedicadas al *coworking* están inscritas en la Superintendencia de Compañías como empresas que realizan otro tipo de servicio. Hasta la fecha no existe ningún término o inscripción de esta actividad económica en las entidades públicas del país. Las principales actividades económicas reconocidas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 2: Cuadro de actividades económicas en el Ecuador

Actividad económica (Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas) - Empresas
Agricultura [A]
Minas y canteras [B]
Manufacturas [C]
Suministros de Energía [D]
Distribución de agua [E]
Construcción [F]
Comercio [G]
Transporte [H]
Alojamiento [I]
Información [J]
Financieras [K]
Inmobiliarias [L]
Científicas y técnicas [M]
Administrativos [N]
Administración Pública [O]
Enseñanza [P]
Salud Humana [Q]
Artes [R]
Otros Servicios [S]

Fuente: (INEC, 2010)

Para analizar de mejor manera los “puntos calientes” es necesario comprender su estructura económica en base a los datos que nos presenta el INEC en el año 2014. En el diagrama que se presenta a continuación logramos observar que la actividad económica que mayor porcentaje de participación tiene en los *hotspots* es el comercio, con cifras que varían entre 30 y 40% sobre el número total de empresas que se encuentran en las provincias de Azuay, Guayas, Loja y Pichincha.

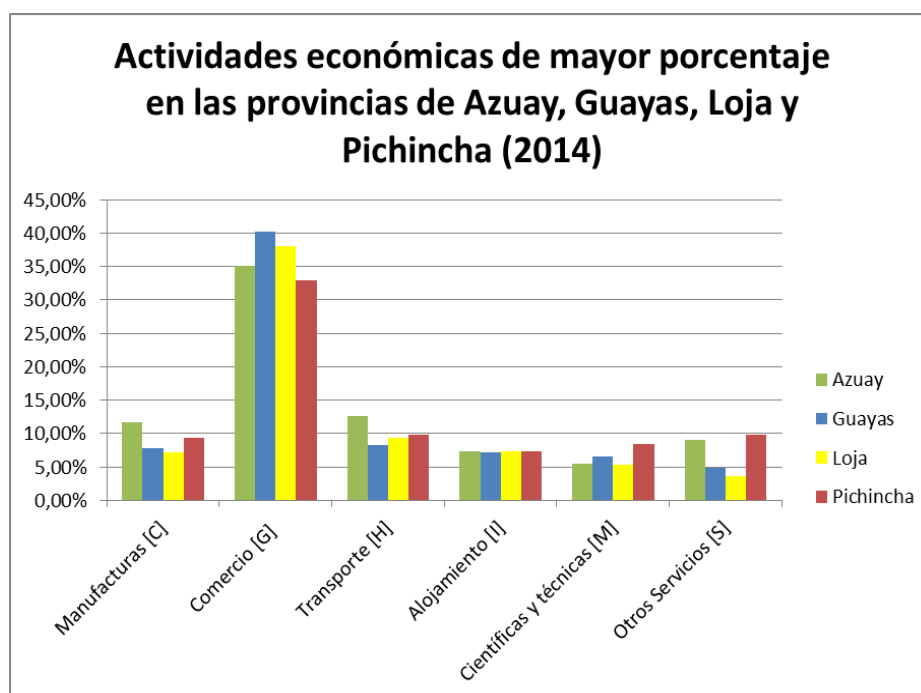


Figura 1: Actividades económicas de mayor porcentaje en las provincias ecuatorianas

Fuente: (INEC, 2010)

Por otra parte, si tomamos en cuenta la actividad de Otros Servicios, en donde se encuentran registrados los espacios de *coworking*, el porcentaje de empresas que participan de esta actividad es bajo. En la provincia de Pichincha la cifra se acerca al 10% de las empresas registradas por el INEC.

Estos indicadores demuestran que la prestación de servicios en las principales provincias del Ecuador no es un mercado altamente desarrollado.

1.2.3 En el Distrito Metropolitano de Quito

En la ciudad de Quito existen varios campos en los que el emprendimiento ha generado éxito. El emprendimiento no solamente consiste en crear una empresa física y trabajar bajo una estructura jerárquica. Varios de estos negocios funcionan en espacios pequeños, en espacios de *coworking* e incluso en camiones. Un claro ejemplo son los *Food Trucks* (camionetas de comida) que desde enero del 2016 comenzaron a salir a las calles de la ciudad para vender sus productos. (Veintimilla, 2016)

Para el año 2015, según las estadísticas realizadas por el ESPAE “la proporción de emprendedores se ha mantenido relativamente estable desde el año 2014, alrededor del 36%” (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015, 2016). Las zonas urbanas se encuentran en desarrollo, y en el Distrito

Metropolitano de Quito los emprendedores encuentran grandes oportunidades para constituir sus propios negocios.

En el reporte del Municipio de Quito en cuanto a las cifras de empleo y desempleo en el sector urbano de la ciudad, podemos observar que desde el año 2012 hasta el año 2014 el porcentaje total de desempleo urbano de Quito disminuyó de 4,44% a 3,22%, alrededor de un punto y medio porcentual. Pero a diciembre del año 2015, según las estadísticas proporcionadas en el reporte, existió un incremento del desempleo con una variación significativa que alcanzó el 4,93% de la población económicamente activa de Quito. (UIO en cifras, 2016)

De esta forma, en el Global Entrepreneurship Monitor se esclarece que los emprendedores de nuestra ciudad ven al emprendimiento desde dos puntos de vista diferentes. El primero, una oportunidad de crecer y generar nuevos empleos y por otra parte se encuentra la necesidad de emprender. (ESPAE, 2016)

Pero el emprendimiento en la ciudad de Quito se hace visible en los eventos de gran importancia como es el Campus Party. En este evento tecnológico, en su quinta edición que se realizó en el Centro de Exposiciones y Convenciones Mitad del Mundo, por primera vez se realizó un escenario de emprendimiento, en donde invitados relacionados con el emprendimiento tuvieron la oportunidad de hacer un llamado a todos los jóvenes

emprendedores. Además, se realizaron ferias de emprendimiento que ofrecían al primer lugar un puesto en un concurso mundial llamado Seed Stars World (Campus Party Ecuador, 2015). Estos eventos reflejan el interés de las empresas públicas y privadas del Ecuador en el sector del emprendimiento, y gracias al apoyo de varias entidades el concepto de emprender toma fuerza en la ciudad de Quito

Desde el 2014 comienza a surgir comunidades emprendedoras como StartUp Weekend. Este concurso de emprendimiento conecta a personas de toda edad para componer empresas de cambio. En el 2015, se realizó el último concurso en la ciudad de Quito financiado por la Cámara de Industrias y Producción (CIP). Además, “las Incubadoras, espacios de *coworking* y espacios de innovación como Kruger Labs Invernadero, Buentrip Hub, i3lab, ImpaQto, ConQuito, entre otros, sirven de catalizadores para el emprendimiento en el país y ayudan a difundir casos de éxito con potencial de escalar e internacionalizarse.” (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015, 2016)

En el DMQ, los espacios de *coworking* no fueron conocidos antes del 2013. Es a partir de este año que emprendedores y personas autónomas comienzan a trabajar en conjunto para crear espacios de trabajo colaborativo. Así como a nivel mundial estos espacios comenzaron a surgir. En la ciudad de Quito

las personas que trabajaban como *freelancers* deciden fundar estos espacios para emprendedores. (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

En el 2014, más emprendedores comenzaron a interesarse por el tema de *coworking* componiendo así la primera ola de espacios dedicados al trabajo colaborativo de la ciudad. En este primer grupo de *coworkings* se puede nombrar a ImpaQto, Buentrip Hub, Kruger Labs y Conquito. Estos espacios en la actualidad son quienes representan al ecosistema emprendedor e innovador del Distrito Metropolitano de Quito. Y por esta razón es que a finales del año 2015 un nuevo grupo de espacios de *coworking* comienzan a abrir sus puertas a los emprendedores nacientes de Quito. Los espacios conocidos de este segundo grupo son Working Up, Innovacenter, Latinnova y La Casa Mutante.

En este año 2016, existen alrededor de 17 espacios de *coworking* ubicados en la ciudad de Quito y los Valles. Entre los más conocidos está ImpaQto, Buentrip, Working Up, Innovacenter, Torno Co. Lab y Conquito. En los siguientes mapas se observa el crecimiento de estos espacios entre el 2015 y el 2016, y cuál es el principal sector en el que están ubicados. La zona de mayor concentración de *coworkings* está ubicada en el sector de la Carolina, debido a que existe una alta movilización de potenciales clientes.

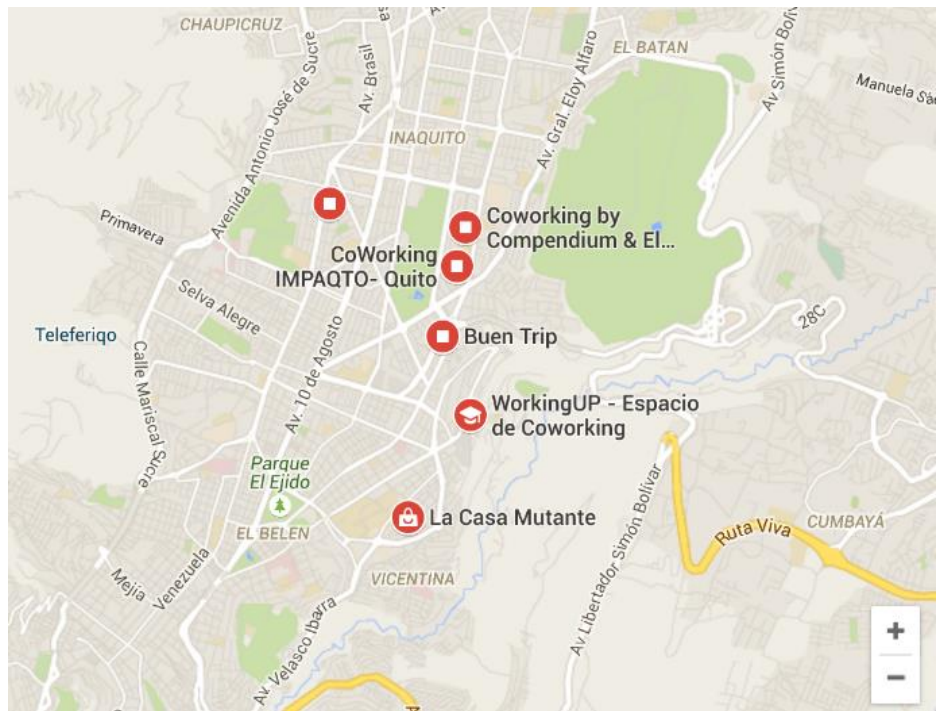


Ilustración # 3: Mapa *coworkings* Quito 2015

Fuente: (Google Search, 2015)

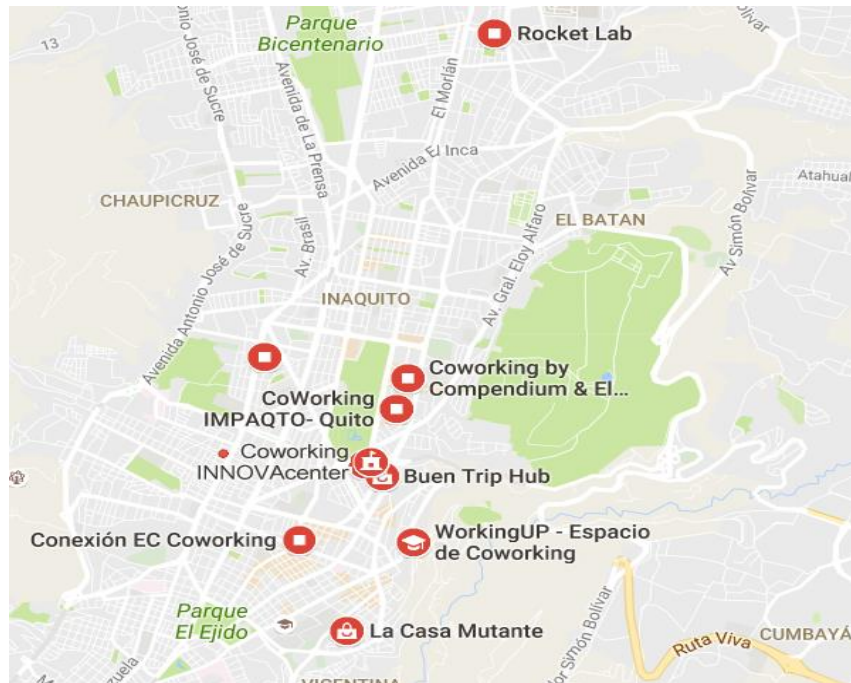


Ilustración # 4: Mapa *coworkings* Quito 2016

Fuente: (Google Search, 2016)

En las redes sociales, como se mencionó previamente nuevos *coworkings* están realizando campañas de promoción. En la red social Facebook, al realizar la búsqueda del término *coworking* en Quito, existen cinco perfiles creados. Esta búsqueda no permite tener el número exacto de espacios que trabajan como *coworking*, pero se puede constatar que existen varios de ellos que no se encuentran registrados en los mapas que se mencionaron precedentemente.

Algunos espacios buscan llegar a unidades universitarias en donde se realizan eventos y ferias de emprendimiento para que los estudiantes decidan emprender en sus propios negocios. Esta estrategia permite a los *coworkings* atraer a nuevos clientes y posicionarse dentro del mercado.

Por último, la constitución de un espacio de *coworking* no se diferencia del proceso de creación de cualquier otra empresa. El proceso inicia con el registro de la persona natural en el sistema de la Superintendencia de Compañías, este paso se lo puede realizar desde la página web de la institución. Como segundo paso, es indispensable realizar la reservación de un nombre que no ha sido registrado en la Superintendencia de Compañías, y enseguida se elabora el estatuto social de la empresa. Además, se debe abrir una cuenta de integración bancaria y elevar a escritura pública el estatuto

social para la aprobación de la misma por parte de la Superintendencia de Compañías. (Cuida tu futuro, 2016)

Para seguir con el proceso de creación, la Superintendencia entrega la resolución y un extracto de la creación de la empresa que está destinado para la publicación de un diario nacional. El representante de la compañía debe obtener los permisos municipales, es decir pagar por una patente y solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones. Y con todos los documentos descritos anteriormente, debe acercarse al Registro Mercantil para inscribir a la empresa. A continuación, se realiza la Junta General de Accionistas para definir a los representantes como se definió en los estatutos y pedir los documentos habilitantes de la Superintendencia para abrir el Registro Único de Contribuyentes (RUC). (Pasos para crear una empresa en Ecuador, 2016)

Los últimos pasos de constitución consisten en inscribir el nombramiento del representante legal de la empresa en el Registro Mercantil, obtener el RUC y por último entregar una carta del banco en el que se realizó la apertura de la cuenta para poder depositar el capital social destinado. (Cuida tu futuro, 2016)

1.3 INCENTIVOS TRIBUTARIOS Y NO TRIBUTARIOS DEL EMPRENDIMIENTO

1.3.1 Definición y características de incentivos tributarios

Para iniciar un emprendimiento siempre es necesario obtener sustento por parte del sistema público y privado. En los países desarrollados, el emprendimiento está apoyado por ambos sectores y, para el año 2016 según el OECD Science, entre las potencias creadoras de nuevas empresas y emprendimientos se encuentran Francia y Gran Bretaña (Entrepreneurship at a Glance 2016, 2016). Además, el gasto de empresas estadounidenses, europeas y japonesas destinan a la Investigación y Desarrollo en promedio es de 2,7% del PIB. (OECD Science, 2010)

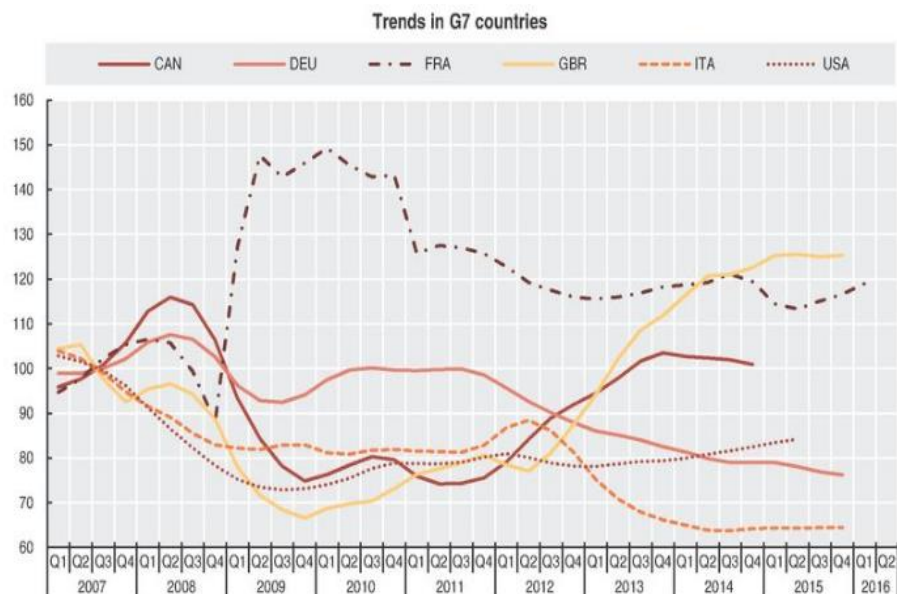


Figura 2: Creación de nuevas empresas en las G7

Fuente: (OECD Science, 2016)

Los beneficios e incentivos tributarios son sustento económico válido para los emprendedores. Según Valarezo,

“Son disposiciones legales que operan en cualquiera de los elementos del tributo, para reducir o eliminar la carga tributaria en forma temporal, con el fin de promocionar o estimular determinados sujetos o actividades constitucionalmente protegidos y constituyen, por regla general, medidas de gasto fiscal.” (La exoneración tributaria, 2006)

Los emprendimientos tienen el derecho de recibir este beneficio por parte de las instituciones públicas ecuatorianas. Gracias a estos beneficios el país podría elevar su actividad económica y a su vez dinamizar los “puntos calientes” del emprendimiento. Los incentivos están divididos en 3 principales categorías:

- Incentivos financieros
- Incentivos fiscales
- Otros

Dentro de cada categoría existen incentivos específicos que debido al nivel de desarrollo del Ecuador se tiende a utilizar una mayor cantidad de incentivos fiscales, entre las más comunes se encuentran las reducciones de impuestos, aplicación de depreciación acelerada, reducciones en cotizaciones de seguridad social y exenciones aduaneras. (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 2004)

Pero los países desarrollados, debido a su nivel de crecimiento y soporte sobre la creación de nuevos negocios, pueden generar incentivos financieros que son sostenidos por la inversión nacional y extranjera. En esta categoría se encuentran donaciones para la inversión llamadas “subvenciones directas”, créditos subvencionados, garantías de crédito y seguro estatal, este último refiriéndose a la protección de las empresas en base al riesgo país. Y por último dentro de la categoría de otros incentivos, según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, se encuentran incentivos relacionados con normas de salud, trabajo y ambiente, servicios subvencionados, inmuebles, divisas, privilegios de mercado y fuentes de financiamiento. (Incentivos, Publicación de las Naciones Unidas, 2004)

Para identificar un incentivo según Piñeros, es necesario reconocer las siguientes características:

- Constituyen en la mayoría de los casos gasto fiscal.
- Son principalmente convertibles o sustituibles por medidas de gasto público directo (subvenciones).
- Deben tener un carácter puramente coyuntural o temporal dentro de la estructura del tributo.

- Su finalidad principalmente se enfoca en la protección de sujetos o actividades constitucionalmente tutelados. (Memorias XXVII Jornadas Colombianas de Derecho Tributario, 2003)

En base a las características anteriores es importante resaltar que los incentivos tributarios son temporales, es decir que su tiempo de validez puede cambiar y en el caso de países con inestabilidad económica estos incentivos son frágiles.

1.3.2 Incentivos tributarios vigentes para el emprendimiento

Los incentivos en el Ecuador fueron desarrollados en base al plan de acción del Buen Vivir, en donde se esclarece que, tanto el sector público como privado, favorecerán el desarrollo de la matriz productiva. Esta integra a todos los sectores económicos del país e incluso al emprendimiento que es reconocido en los artículos del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Este código redacta varios artículos que incentivan el crecimiento del emprendimiento en el país, por medio del mejoramiento de herramientas tecnológicas y aprovisionamiento de servicios básicos para los emprendedores. (Dirección Nacional Jurídica, 2013)

En el COPCI se encuentran artículos importantes que describen los incentivos no tributarios disponibles para el emprendedor ecuatoriano. Pero a su vez se precisa que el Estado es quien favorecerá el desarrollo de emprendimientos. En el artículo 5 del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones se indica que:

“el Estado incentivará la inversión productiva, a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción” (Dirección Nacional Jurídica, 2013)

A este artículo se suma un incentivo tributario de la “exoneración de pago del Anticipo Mínimo del Impuesto a la Renta por 5 años, para las nuevas empresas que se constituyan en el país” (Ministerio de Comercio Exterior, 2013). De esta forma, el gobierno ecuatoriano faculta que esta inversión productiva aumente en el sector del emprendimiento. Por otra parte, algunos incentivos adicionales que el Ministerio de Comercio Exterior presenta en su plan operativo son:

- Deducción adicional del 100% de los gastos incurridos para el cálculo del impuesto a la renta.
- Capacitación técnica, investigación e innovación.
- Estudios de mercado y competitividad.

- Viaje, estadía y promoción comercial para conocer nuevos mercados.

(Reglas e incentivos para la inversión, 2013)

Todos los incentivos que se han expuesto con anterioridad colaboran fuertemente con el crecimiento de los emprendimientos ecuatorianos, lo que se debe realizar para aumentar el porcentaje de la TEA (tasa de emprendimiento temprano) es la difusión masiva de incentivos, además de un respaldo por parte del sector público y privado en temas económicos y administrativos.

1.3.3 Incentivos no tributarios – Alianza para el emprendimiento y la innovación

Los incentivos para el emprendimiento se fortalecen a medida que las empresas públicas y privadas colaboran con nuevos medios de financiamiento para los emprendedores. “La Alianza para Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI) es una red de actores públicos, privados y académicos que busca fomentar el emprendimiento y la innovación, como base del desarrollo productivo del Ecuador.” (Plan de acción de implementación de la estrategia EEI, 2014)

La agencia propone incentivos educativos y financieros relacionados con el emprendimiento a personas interesadas en crear una nueva empresa y quienes tienen ideas innovadoras. Los colaboradores, al igual que en el espacio de *coworking*, brindan servicios de capacitación empresarial, asesorías y “capital semilla” para los emprendimientos con altas probabilidades de éxito. La iniciativa de creación de esta agencia nació hace 3 años debido al incremento de la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) en el país. (Alianza para el emprendimiento e innovación, 2014)

La AEI cuenta con 68 aliados, entre los más importantes se encuentra el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), CAF Banco de Desarrollo de América Latina, Pro Ecuador y Ministerio de Industrias y Productividad. La colaboración de estas grandes organizaciones permite el financiamiento de los programas y capacitaciones realizadas por la agencia, además de la inversión e incentivos otorgados a los emprendedores. (Alcivar, 2016)

Los emprendedores que participan en las capacitaciones y programas de la Alianza para el Emprendimiento e Innovación reciben ayuda para las exportaciones de sus productos. “El Fideicomiso para el Emprendimiento y la Innovación es una iniciativa privada, liderada por la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), con el apoyo de Corporación Favorita y Corporación DK Management Services.” (Alianza para el

Emprendimiento e Innovación, 2015). En el 2014, la AEI entregó este incentivo a 3 empresas exportadoras: Rendering del Ecuador, CocoaChocolatier y Kunachia. Los beneficios que ofrece este Fideicomiso para los ganadores de la convocatoria son:

- inversión de capital riesgo,
- formación y mentoría personalizada,
- integración en la red de actores de emprendimiento e innovación y,
- asesoría con expertos en gestión empresarial, administrativa, mercadeo, contabilidad, gestión legal y laboral del proyecto.

(Informe de Primera Convocatoria , 2014)

Los incentivos financieros y no financieros propuestos por la Alianza para el Emprendimiento e Innovación permiten que las condiciones y oportunidades para emprender mejoren, esto impulsa a los emprendedores para establecer nuevas empresas que aumente la producción ecuatoriana.

2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 IMPAQTO, UN *COWORKING* DIRIGIDO POR MUJERES

2.1.1 Historia, misión y visión

ImpaQto es un espacio de *coworking* fundado en septiembre del 2014, la idea fue crear un lugar abierto para aquellas personas emprendedoras que no disponían de un recurso económico elevado, además de dar la oportunidad de alquilar un espacio para poder trabajar en sus emprendimientos. El proyecto está funcionando con la dirección de Michelle Arévalo y Daniela Peralvo, dos mujeres cuya profesión no pertenece a ninguna rama administrativa.

ImpaQto fue fundado por 5 personas que buscaron resolver problemas actuales relacionados con temas sociales, culturales y ambientales. Este espacio está asociado a la red más grande de *coworkings* en el mundo llamado *Impact Hub*. Esta red se define como el conjunto de laboratorios de innovación, incubadoras de negocios, centros de empresas comunitarios y sociales que ofrecen un ecosistema de recursos, inspiración y oportunidades de colaboración para aumentar el impacto positivo del trabajo de emprendedores. Esta red de

colaboradores está compuesta por 81 *coworkings*, más de 15.000 miembros y se encuentran en 5 regiones alrededor del mundo. (Impact Hub, 2015)

En el siguiente mapa se encuentra el número y localización de espacios de *coworking* alrededor del mundo que son parte de esta gran comunidad.

Para pertenecer a esta Red de Emprendimiento Global Impact Hub, el representante del *coworking* debe ingresar sus datos personales en la página web junto con la ubicación del espacio de *coworking*. Después de este primer filtro, la empresa debe seguir cuatro pasos principales que están divididos en Pre-candidatos, Candidatos, Iniciativa y *Up & Running* (Listo para funcionar). (Impact Hub, 2016)

El primer paso del proceso tiene una duración entre 3 y 6 meses, en los cuales los integrantes del equipo del *coworking* conocen sus habilidades y reconocen el trabajo que deben realizar en conjunto dentro del negocio. De esta forma los integrantes deben realizar estudios de mercado, crear un evento con los potenciales clientes y realizar un video que debe ser enviado a Impact Hub. El número mínimo de fundadores que Impact Hub solicita como parte del *coworking* es de tres personas. Después de completar la aplicación, esta se carga dentro de la plataforma global para someterse a votación de todos los asociados de Impact Hub. Una vez que el *coworking* recibe 67% de los votos a favor, el siguiente paso se habilita. (Makers Impact Hub, 2016)

El paso Candidatos dura alrededor de 6 meses, en esta etapa a los representantes se les entrega un Memorandum en donde se expresan

los derechos y deberes que el *coworking* e integrantes deben respetar. En estos meses el equipo debe desarrollar un plan de negocios y financiero que proyecte la situación del *coworking*. En esta etapa los miembros de la red colaboran con el *coworking* con estudios de factibilidad para poder realizar una segunda votación por parte del comité de Impact Hub y una entrevista con todo el equipo del *coworking* después de recibir el 67% de los votos a favor. Anterior a la entrevista, se debe pagar el 50% de una cuota de € 6.000 (Euros), ya que ésta será destinada a la creación de un *blog* que está directamente enlazado con la página principal de Impact Hub y los integrantes del *coworking* tendrán acceso a los recursos de la red como casos de estudio y seminarios *on-line*. (Impact Hub, 2016)

Como tercera etapa se encuentra Iniciativa, después de que el jurado delibera su aceptación, el espacio de *coworking* ya puede llamarse Iniciativa Impact Hub. En esta etapa todos los fundadores del espacio deben firmar la licencia de funcionamiento para que el espacio pueda operar como un “Impact Hub *Ciudad*”. En los próximos 18 meses el *coworking* debe conseguir financiamiento y promover una comunidad de emprendedores. De esta forma, los integrantes recibirán 96 horas de *coaching* que los guiará para la última etapa. Además del acceso que obtuvieron en la etapa de Candidatos, los integrantes podrán ingresar a

toda la base de los fundadores de otros Impact Hub para obtener ayuda en su funcionamiento. El equipo está invitado a la reunión anual de todos los Impact Hub del mundo para compartir sus ideas e inspirar a los demás a tomar decisiones para el cambio. (Makers Impact Hub, 2016)

Up & Run (Listo para funcionar) es la última etapa que el *coworking* debe cumplir para su funcionamiento de por vida. En este último paso, se debe pagar el otro 50% de la cuota de € 6.000 (Euros). La asociación de Impact Hub realiza la última votación para decidir si el *coworking* puede participar activamente de las asambleas globales. En el caso de ser aceptado, los miembros formarán parte activa con acceso al voto sobre otros posibles candidatos. Un 2,5% de los ingresos anuales del nuevo Impact Hub deberá entregarse directamente a la matriz para cubrir con los gastos del mantenimiento de páginas web, plataformas en línea y *coaching*. (Impact Hub, 2016)

En la página web de ImpaQto, se encuentra la definición del trabajo que realizan en este espacio de *coworking*: “IMPAQTO es un laboratorio de emprendimiento que ofrece espacio de trabajo compartido para fundadores de *start-ups*, *freelancers*, consultores y agentes de cambio.” (ImpaQto, 2016). Por otra parte, la misión y

visión de esta empresa la definen como una filosofía de trabajo, sus fundadores afirman que: “creemos en los emprendedores comprometidos con el impacto social, a través de ideas diferenciadoras pensadas para el lucro personal, pero también para la construcción de una sociedad más amable y productiva.” (ImpaQto, 2016). Esta empresa trabaja bajo los mismos conceptos que *Impact Hub* imparte a sus miembros y colaboradores, ImpaQto busca crear impacto positivo en la sociedad y en el mundo por medio de las empresas y emprendedores que trabajan conjuntamente en el espacio.

2.1.2 Actividades dentro del espacio

2.1.2.1 Membresía

Según Breiner: “ser miembro de un club a través del cual se puede acceder a información relevante.” (Concepto de membresía podría ser la forma de cobrar por contenidos en línea, 2009). Las membresías dentro de un espacio de *coworking* pueden relacionarse con el concepto de membresía de un club, espacio deportivo, bibliotecas...

Anteriormente se afirmó que existen 3 pilares fundamentales para el funcionamiento de un espacio de *coworking*, las membresías son la principal fuente de ingreso, es decir que sin miembros no existe *coworking*. Una membresía de ImpaQto se caracteriza por ser una afiliación mensual, semestral o anual según un plan de horas dedicadas al trabajo dentro del espacio.

Los emprendedores que adquieren una membresía tienen un número limitado o ilimitado de horas para trabajar en el *coworking*. Para comprender mejor este sistema, los trabajadores del espacio asesoran a los emprendedores acerca del plan que pueden elegir, normalmente se pregunta cuántas horas estarían dispuestos a trabajar semanalmente y qué presupuesto mensual disponen, según la respuesta del emprendedor el espacio de *coworking* tiene 4 tipos de membresías que se podrán ver en la imagen a continuación:

Plan Conexión	Plan Básico	Plan Premium	Plan Ilimitado
\$24 /por mes +IVA	\$54 /por mes +IVA	\$102 /por mes +IVA	\$180 /por mes+ IVA
10 horas de CoWorking	40 horas de CoWorking	80 horas de CoWorking	Para los comprometidos al 100%, dedicados a crear cada día
20% descuento en alquiler de salas 30%	Sala de Reuniones 1 hora por mes y 25% descuento en alquiler de salas	Sala de Reuniones 2 horas por mes, 25% descuento en alquiler de salas	CoWorking Ilimitado
Eventos y Talleres	30% Eventos y Talleres	30% de Descuento Eventos y Talleres	Sala de Reuniones 4 horas por mes y 25% de descuento en alquiler de salas
Arranca con tu idea, una oficina en Quito para uso ocasional	Opción de Locker por \$5	Opción de Locker por \$5	Locker incluido
VISÍTANOS YA!	Un pase gratis para que trabajes con un compañero 2 veces al mes	Un pase gratis para que trabajes con un compañero 3 veces al mes	Un pase gratis para que trabajes con un compañero 4 veces al mes
ÚNETE	ÚNETE	ÚNETE	ÚNETE

Ilustración # 6: Precios de membresías en ImpaQto

Fuente: (ImpaQto, 2016)

En esta imagen se pueden observar las 4 membresías que ImpaQto ofrece a sus emprendedores: Plan Conexión, Plan Básico, Plan Premium y Plan Ilimitado. Cada membresía tiene un número de horas disponibles en el *coworking*, descuentos en alquiler de salas, descuentos en eventos y talleres, opción de casilleros, pases gratis para un compañero. Esta distribución de membresías se acopla a las necesidades de los emprendedores, es decir que si un emprendedor está en su etapa inicial supuestamente deberá alquilar un plan Conexión o Básico debido a que no está generando ingresos. Y mientras su emprendimiento vaya creciendo y genere ingresos podrá afiliarse a un plan mayor como el Premium o Ilimitado.

2.1.2.2 Colaboratorios

Durante el primer año de funcionamiento de ImpaQto, los Colaboratorios se conocían como eventos de comunidad. Desde enero del 2016, ImpaQto cambió el nombre de estos eventos a Colaboratorios. De aquí surgió la idea que los asistentes a los eventos no solamente deben escuchar a los ponentes, sino que deben participan interactivamente con los demás y colaborar entre sí para resolver las problemáticas planteadas.

Las dueñas del espacio definen que los Colaboratorios “son eventos para la comunidad del ecosistema emprendedor, en donde se tratan temas de actualidad y de impacto social, ambiental y cultural; además de ofrecer un espacio de libre expresión de conocimientos y habilidades.” (ImpaQto, 2014)

Estos eventos se realizan mensualmente en el espacio de *coworking* en horarios no laborales para que personas que no son miembros del espacio puedan asistir. Además, los Colaboratorios siempre tratan temas sociales, ambientales o culturales que se alinean a la época o celebraciones del mes.

El cronograma de los Colaboratorios se distribuye de la siguiente manera:

- Bienvenida de los asistentes y ponentes del evento por parte del equipo de ImpaQto
- Ponencias (entre 2 y 5 expertos sobre el tema)
- Minga cerebral (actividad en grupos para discutir temas o problemáticas)
- Exposición de conclusiones y recomendaciones de los grupos
- Preguntas de los asistentes

- Despedida

Los Colaboratorios son los eventos más aceptados por la comunidad del *coworking* porque las temáticas, expositores e innovación llaman la atención de jóvenes y adultos.

2.1.2.3 *Fuck Up Nights*

El *coworking* agregó en el año 2016 un nuevo evento llamado *Fuck Up Nights*. Como su nombre lo indica, se realiza una reunión nocturna con todos los interesados en conocer los fracasos de empresas a nivel global. Arévalo afirma que “no todas las empresas están destinadas a obtener un gran éxito, muchas de ellas fracasan y está bien equivocarse.” (¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

Este evento ha llamado la atención de todos los emprendedores de la comunidad, porque ImpaQto invita a empresarios y emprendedores nacionales e internacionales que vivieron una situación de fracaso empresarial. Para definir su evento ImpaQto invita a la comunidad a participar en este evento con el siguiente mensaje:

Emprendedores que cayeron y se levantaron, te cuentan sus anécdotas y cómo superaron los obstáculos y errores más

grandes. Un evento casual, informal y divertido en el que entenderás que “un boxeador no pierde la pelea por caerse, sino por no levantarse más”. (ImpaQto, 2016)

Los eventos tienen una duración de dos horas en las cuales los expositores y asistentes comparten sus experiencias, inquietudes y recomendaciones. La mayoría de asistentes después del evento saben que existen posibilidades de fracaso pero su motivación los incita a ser perseverantes. (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

Este evento atrae a una mayor cantidad de emprendedores nacientes, es decir aquellos que recién conocen el mundo del emprendimiento y que todavía no han desarrollado sus propios negocios. Pero al igual que todos los eventos de ImpaQto, *Fuck Up Nights* está dirigido a todas las personas de la comunidad y externos interesados en los temas expuestos en cada programación.

2.1.2.4 Taller, *workshop* y *Bootcamp*

Los talleres de ImpaQto son muy parecidos a los Colaboratorios (eventos de comunidad) explicados, con anterioridad pero estos se enfocan a temas específicos como marketing, ventas, finanzas, legal, entre otros. Lo que diferencia a los talleres de los eventos

es la participación activa de los asistentes durante todo el programa.

Según Perozo: “Un taller pedagógico es una reunión de trabajo donde se unen los participantes en pequeños grupos o equipos para hacer aprendizajes prácticos según los objetivos que se proponen y el tipo de asignatura que los organice. Puede desarrollarse en un local, pero también al aire libre.” (Aquí, talleres pedagógicos, 1990). Un taller en ImpaQto tiene las mismas características, es decir que es pedagógico por las siguientes razones: lo desarrolla un experto en el tema, se realizan ejercicios prácticos, se responden cuestionamientos generales de interés grupal y se enfocan en auxiliar a cada emprendedor con su propio caso.

Los talleres deben enfocarse en brindar soluciones específicas a los emprendedores, por esta razón toman más tiempo. El equipo de ImpaQto los planifica los sábados desde las 9 am hasta las 6 pm. Es un día completo que se necesita para cumplir con todos los puntos principales del tema y contestar las dudas y preguntas de los asistentes. ImpaQto invita mensualmente o cada dos meses a las personas interesadas en aprender y aumentar sus conocimientos sobre contenidos relativos con la administración de negocios.

2.1.2.5 Charlas

Las charlas en este espacio de *coworking* están más relacionadas con experiencias personales de sus ponentes. Es decir que se relatan historias de éxito y fracaso de algunos emprendedores nacionales e internacionales. Una charla de ImpaQto es dictada por un solo ponente y el horario es igual al de los Colaboratorios, estos se presentan entre semana de 6pm hasta las 8pm.

Los expositores que asisten a las charlas conversan sobre sus empresas y explican las etapas que tuvieron que atravesar para conseguir el éxito. Normalmente ImpaQto invita a ponencias de tendencia en el ámbito local y que tienen un gran potencial para así poder contagiar las ganas de emprender a los demás miembros y personas que asisten a las charlas.

2.1.3 Programas de incubación

Los programas de incubación se caracterizan por servir como guías para los emprendedores que se encuentran en diferentes etapas de consolidación de sus proyectos o empresas. En ImpaQto se desarrollaron 3 tipos de programas de incubación que permiten enfocar las ideas de los emprendedores, formalizar el modelo de

negocio del emprendimiento y preparar a los emprendedores para solicitar financiamiento a inversionistas.

2.1.3.1 Qataliza

Este es un programa de incubación que dura un día completo, en el cual varias personas sean profesionales o estudiantes pueden asistir. La invitación de ImpaQto se realiza por medios masivos para contactarse con personas que quieren cumplir sus sueños y comenzar un emprendimiento.

Para las fundadoras de ImpaQto, Qataliza es: “el primer espacio en el cual todas las personas pueden participar con sus ideas de negocio y compartir sus dudas con mentores especializados” (ImpaQto, 2014). En esta reunión de “novatos” en el emprendimiento las personas pueden conocer a David Meza, uno de los principales mentores del espacio de *coworking*. Él guía y escucha las ideas que se proponen en esta reunión para encontrar un punto de equilibrio entre la realidad y la fantasía, es decir lo que se puede realizar y lo que es imposible de realizar en el proyecto.

Este programa contribuye con personas que necesitan enfocarse y direccionar su idea hacia un proyecto concreto. Ese es el objetivo del programa Qataliza, motivar a nuevos agentes de cambio con ideas innovadoras que creen un impacto positivo tanto en la sociedad como en el medio ambiente.

2.1.3.2 Salto Social

Salto Social es un programa de incubación desarrollado por ImpaQto desde sus inicios. En el año 2014 salió la primera promoción de proyectos y emprendimientos relacionados con temas sociales y ambientales. En esta primera edición participaron 5 emprendimientos con diferentes perspectivas de solución a problemas cotidianos en la sociedad ecuatoriana. Los emprendimientos del 2014 fueron Suspiro, Kradac, Lunyxtec, El Carpazo y Hongos Aliñambi. De estos cinco negocios la mayoría de dueños o representantes son hombres, pero el proyecto Suspiro cuenta con la dirección de Verónica Buitrón, una diseñadora de modas que vio un alto potencial en las artesanías y costuras indígenas del Ecuador, y que en base al comercio justo, desarrolló esta empresa con la población indígena de Cotopaxi para crear un nuevo estilo de moda en la cultura ecuatoriana.

Este programa de incubación se enfoca en que los emprendedores construyan un modelo de negocio que les permita crecer y fortalecer sus relaciones tanto con sus consumidores y con las alianzas que ya han establecido previamente. Los emprendimientos son seleccionados en base a entrevistas por parte del equipo de ImpaQto y de David Meza, el encargado de desarrollar este programa junto a los emprendedores. Salto Social es la “primera incubadora que apoya a empresas sociales, ambientales y culturales ofreciéndoles las herramientas necesarias para que los emprendimientos generen un impacto social duradero y contribuyan a una economía vibrante e inclusiva en Ecuador.” (ImpaQto, 2014). Las herramientas que utilizan en las sesiones que duran alrededor de 2 meses son: Modelo Lean Canvas, *Speed Mentoring*, Preparaciones de *Speech*, entre otros.

El *Speed Mentoring* consiste en realizar “reuniones rápidas” con expertos que dan soporte a los emprendedores a enfocar sus ideas. Estas duran entre 5 a 10 minutos por emprendedor, lo que normalmente debería durar una presentación de negocios en la vida real. El *Speed Mentoring* es una herramienta muy útil para los emprendedores, porque al finalizar su presentación reciben retroalimentación por parte de los mentores. Ellos dan su opinión

profesional acerca de lo que estuvo bien y lo que podrían mejorar al momento de dar su *Speech*. Además, este instrumento concierne a una tercera herramienta, la preparación del *Speech*. Las buenas bases de la preparación del *Speech* son esenciales para poder resumir todas las ideas que los emprendedores poseen acerca de sus proyectos. En las sesiones de Salto Social, se realizan varios repasos de *Speech* para que los emprendedores puedan graduarse del programa y demostrar lo que han aprendido en el programa de incubación.

2.1.3.3 *Unreasonable Labs*

Este es el último programa de incubación que se desarrolla en ImpaQto. *Unreasonable Labs Ecuador* es un programa que está afiliado a *Unreasonable Institute* con sede en Colorado, Estados Unidos. Lo que se realiza dentro de este evento que dura 5 días, es una preparación de los emprendedores para pedir financiamiento a potenciales inversionistas.

Este programa se desarrolla en una semana completa en horarios laborales, cada día es una sesión diferente para preparar a los emprendedores en el tema de financiamiento. El objetivo principal de esta aceleradora de proyectos es generar valor en las

emprendimientos ecuatorianos y preparar a sus representantes hacia el mundo de los negocios.

En esta incubadora los emprendedores disponen de material y herramientas que revelan información pertinente del emprendimiento. Las herramientas fueron desarrolladas por *Unreasonable Institute*, y el equipo de ImpaQto realizó las traducciones de algunos documentos. Por otra parte, las personas invitadas a participar del programa son dueños de emprendimientos que ya realizan ventas y obtienen ingresos en el mercado nacional y aquellos emprendimientos que tienen un potencial en cuando a su crecimiento.

Al finalizar *Unreasonable Labs*, los emprendedores conocen qué factores y variables de sus empresas deben presentar y negociar con los inversionistas. El último día de este programa consiste en realizar presentaciones individuales entre emprendedores y posibles inversionistas del país, quienes aportarán con su conocimiento y retroalimentación.

2.1.4 Otros servicios

2.1.4.1 Servicio de cafetería

Para los miembros del *coworking* el servicio de cafetería es indispensable, porque debido al bajo presupuesto destinado para su alimentación se deben ajustar los gastos personales. Disponer de una cafetería interna facilita a los emprendedores en la hora de almuerzo, pero a su vez ellos gozan de café y té gratuito (ImpaQto, 2016). Además este lugar funciona como un espacio de relajación y vinculación con otros emprendedores. Es muy común que los *coworkers* utilicen la cafetería como un punto de encuentro para generar nuevos contactos.

2.1.4.2 DHL para emprendedores

El equipo de ImpaQto realizó un convenio con DHL para los emprendedores interesados en exportar sus productos. Los emprendimientos que realizan algún tipo de negociación internacional cuentan con el servicio de DHL con descuentos según el peso y destino del envío. La compañía está interesada en ayudar a las PYMES en temas de exportación, por esta razón dentro del último año los representantes de DHL realizan eventos de instrucción exportadora. (Servicios de exportación, 2016)

Algunos emprendedores de ImpaQto se han beneficiado del servicio porque DHL facilita los trámites de exportación para las PYMES. Juan David Gómez, fundador de Waykana, asegura que: “para mí fue fácil exportar mi producto de guayusa a Holanda, busqué asesoramiento en otras instituciones pero DHL fue la mejor opción debido a su plan exportación PYMES” (Gómez, 2016). Al igual que este emprendimiento es importante que los miembros con apertura internacional conozcan del servicio.

2.1.4.3 Parqueadero de bicicletas

ImpaQto impulsa las acciones ecológicas y respeto del medio ambiente, por esta razón en el nuevo local se construyó un estacionamiento para bicicletas. Está disponible para los emprendedores y visitantes que llegan al *coworking*. La zona en la que se encuentra ImpaQto es altamente transitada por vehículos y para fomentar la filosofía del cuidado del medio ambiente, es necesario que se reduzca la utilización del automóvil. (ImpaQto, 2016)

2.1.4.4 *Pet friendly*

El espacio de *coworking* de ImpaQto recibe a las mascotas de los emprendedores con los brazos abiertos. Los miembros del espacio tienen el derecho de llevar a sus mascotas al local porque el equipo de ImpaQto, además de ser amantes de animales, impulsa su protección y cuidado. (ImpaQto, 2016)

Arévalo tiene dos perros y cerciora que su trabajo no sería el mismo sin ellos. Su compañía permite que el ambiente de trabajo sea entretenido, y por otra parte los emprendedores mejoran su ánimo y ritmo de trabajo. (Arévalo, 2016)

2.1.4.5 Librería externa

Para el equipo de ImpaQto es importante cultivar una cultura ecuatoriana de valores y la lectura fortalece el criterio y conocimiento de las personas. Después de la expansión del *coworking*, ImpaQto decidió construir una librería externa accesible a todos. En un pequeño estante los visitantes y emprendedores pueden encontrar libros de diversas temáticas pero al ser un espacio de *coworking* existe principalmente una colección de libros relacionados con la innovación y emprendimiento. (ImpaQto, 2016)

Todos tienen acceso a la librería y están invitados a donar libros para aumentar la cantidad y variedad de obras literarias. Los libros deben ser devueltos al finalizar su lectura, esto permite que más personas estén interesadas en conocer el espacio de *coworking* y volverán por la lectura. (¿Qué es ImpaQto? , 2016)

2.2 ¿QUIÉNES PARTICIPAN EN EL ESPACIO DE *COWORKING*?

2.2.1 Emprendedores y su evolución

Un emprendedor es “una persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto.” (Definiciones ABC, 2007). Según esta definición, las personas que se encuentran en el espacio de ImpaQto son emprendedoras, porque descubren nuevas formas de crear negocios y están generando un impacto positivo sobre la sociedad ecuatoriana.

Según el ESPAPE, el ciclo de vida de un emprendimiento o de un negocio comienza por el paso de intención de emprender, es en esta primera etapa en la que las personas conocen las oportunidades dentro

del mercado, y además reconocen sus habilidades y conocimientos. Se crea a partir de esta intención la concepción del emprendimiento. (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015, 2016)

Después de esta primera etapa se atraviesa por la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), la que se divide en dos grandes conjuntos conocidos como los nacientes y los nuevos emprendedores. Los emprendedores nacientes son aquellos que estuvieron involucrados en etapas iniciales de algún negocio, y los nuevos emprendedores son quienes han comenzado un negocio que tiene menos de 3.5 años de existencia. Esta etapa dentro del ciclo de vida del emprendimiento se la conoce como nacimiento de la empresa. (ESPAE, 2016)

Después de la etapa de nacimiento de una empresa se encuentra el paso de persistencia, que consiste en que los emprendimientos estén establecidos. Son aquellos negocios que tienen más de 3.5 años de funcionamiento y que demuestran estabilidad económica. Pero como todo ciclo de vida tiene una etapa de declive, en el emprendimiento ésta se conoce como el cierre del negocio. Esta etapa no tiene un tiempo de llegada establecido, sino que se presenta cuando el emprendimiento ya no es sostenible. La misma se puede presentar inclusive en la sub-etapa de los nuevos emprendimientos, es decir que

los negocios de menos de 3.5 años de existencia desaparecen.
(ESPAE, 2016)

Para reconocer a un emprendimiento en edad temprana, es decir hasta los 3.5 años de funcionamiento, es necesario tomar en cuenta atributos individuales del emprendedor como el sexo, edad y motivación. Por otra parte, se considera el sector al que pertenece el emprendimiento y el impacto que promueve. Si se califica con alto crecimiento, innovación o internacionalización.

Según las estadísticas presentadas en el Global Entrepreneurship Monitor 2015, las principales características de un emprendedor ecuatoriano son su edad promedio de 36 años, en su mayoría pertenecen a un sector urbano (64,5%) y tienen su nivel educativo es de aproximadamente 10 años. Además, en la sociedad ecuatoriana existen más mujeres emprendedoras (51,1%) y un 99,3% de toda la Actividad Emprendedora Temprana es alfabeto. En la siguiente tabla se describen las principales características de la TEA junto con sus porcentajes correspondientes:

Tabla 3: Principales características de la TEA

Características	Datos
Edad promedio	36,1 años
Años de escolaridad	10,5
Porcentaje Urbano	64,5%
Sexo	Hombres: 48,9% Mujeres: 51,1%
Alfabetización	99.3%
Categoría de ocupación	Auto-empleado: 45,1% Tiempo completo/parcial: 19,5% Dedicado al hogar: 15,8% Tiempo Parcial solamente: 9,4% Desempleados: 6,4% Estudiante: 2,7% Retirado/ Discapacitado: 1%
Categoría de ingresos	Menor a \$450: 50,4% Entre \$451 y \$850: 31,9% Más de \$850: 17,6%
Oportunidades Percibidas	64,3%
Capacidades Percibidas	86,7%
Miedo al fracaso	24,2%
Intención de emprender	58,7%
Cierre de negocio	7,1%
Conoce alguien que empezó negocio en los últimos 2 años	48,4%

Fuente: (ESPAE, 2016)

Por otra parte, la TEA se caracteriza por tener un mayor porcentaje de emprendedores auto-empleados (45,1%), en segundo plano los emprendedores trabajan a tiempo completo/parcial (19,5%); y en tercer lugar con un porcentaje de 15,8%, se encuentran las personas dedicadas al hogar. Además, el 80% de los emprendedores perciben salarios bajos, estos se encuentran en la categoría menor a \$450 (50,4%) y en la categoría entre \$451 y \$850 (31,9%).

Pero existen características cualitativas que son identificables en los emprendedores. Las oportunidades percibidas se miden en base al “porcentaje de personas que perciben buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive” (ESPAE, 2016). Según la tabla, un 64,3% de los TEA percibieron grandes oportunidades de negocio. Y se definen a las capacidades percibidas como “el porcentaje de la población que cree poseer las habilidades y conocimientos requeridos para iniciar un negocio” (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015, 2016). En el 2015, un alto porcentaje de la TEA (86,7%) se atribuyó la capacidad de comenzar un negocio; pero un 24,2% de la población tuvo miedo a fracasar en sus emprendimientos. Y del total de emprendimientos nacientes, un 7,1% tuvo que cerrar su negocio.

La última característica es que el emprendedor conoce a alguien que inició un negocio en los 2 últimos años. Este rasgo identifica una influencia entre emprendedores, es decir que el emprendimiento es una actividad que puede transmitirse a otras personas que perciben oportunidades en el mercado. Un 48,4% de la población TEA conoce a emprendedores que iniciaron sus negocios en los últimos 2 años y es una de las principales razones por las que se generó una intención de emprender. (ESPAE, 2016)

Como se mencionó al inicio del estudio, un espacio de *coworking* funciona en base al número de miembros. Los emprendedores son esenciales para que ImpaQto tenga éxito y cumpla su filosofía de funcionamiento. Los emprendedores son hombres y mujeres, nacionales y extranjeros, que tienen un proyecto en marcha y que disponen de horas libres para destinarlas a su empresa. (ImpaQto, 2016)

Los emprendimientos que acoge ImpaQto en sus oficinas, para ser parte del *coworking* y de la comunidad, son aquellos que trabajan para el cambio social. Es decir aquellos emprendimientos enfocados en mejorar el sistema social y cultural, y también son bienvenidos aquellos que buscan generar una cultura basada en el desarrollo sustentable. El giro del negocio al que ImpaQto se acerca es al emprendimiento social, cultural y medioambiental, y estas características también son un filtro esencial para la participación de los emprendimientos en las actividades de la comunidad de ImpaQto. En el caso de cumplir con las características, se realiza una pequeña entrevista con el emprendedor para conocer su trabajo, ofrecer una guía de los servicios de incubación, mentorías y talleres; y además añadirlo al muro de miembros del espacio junto con sus datos en el caso de que otros emprendedores quieran contactarlo. (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

Según la Gerente de Operaciones de ImpaQto, la mayoría de emprendedores en el espacio trabajan en un horario de 6 a 8 horas, pero existen personas que dedican menos de 4 horas a sus emprendimientos, porque son proyectos que recién nacen o son una fuente de segundos ingresos. (ImpaQto, 2014)

Poco a poco, los emprendedores van conociendo el espacio de *coworking* por medios masivos y redes sociales. “El número de mujeres emprendedoras sí ha aumentado desde el inicio de las actividades de ImpaQto”, afirma Michelle Arévalo, Gerente General de la empresa. (¿Cómo nació ImpaQto?, 2016). Esta observación asegura que el tema del estudio está respaldado por la actividad del *coworking*.

2.2.2 Alianzas

Dentro de un *coworking* es indispensable tener alianzas estratégicas para incentivar el crecimiento del espacio y de la difusión en los medios masivos. ImpaQto cuenta con el respaldo de Corporación La Favorita, Uribe & Schwarkopf, ThoughtWorks, Oland y Líderes. Estas grandes empresas ofrecen aportes financieros y prestigio, por lo que ImpaQto ha crecido en el último año. A inicios del año 2016, el

espacio de *coworking* cambió su local a uno más amplio y moderno para ofrecer un mejor servicio a sus emprendedores. Este cambio fue financiado por alianzas que creen en el crecimiento y potencial de ImpaQto y conocen el servicio que ofrecen a los emprendedores ecuatorianos y extranjeros. (ImpaQto, 2016)

De esta forma, las empresas auspiciantes fortalecen el crecimiento de ImpaQto, y a su vez este espacio de *coworking* puede ofrecer mejores servicios y obtener mejores resultados en el mercado del emprendimiento.

Por otra parte, ImpaQto también colabora con otras entidades que ofrecen servicios y participan en las actividades desarrolladas por el *coworking*. Las empresas reconocidas internacionalmente son *SeedSpace* (Suiza), *Unreasonable Institute* (Estados Unidos), *Startup Grind* (Estados Unidos), *Sistema B* (Internacional), *Microsoft* (Estados Unidos), *New Ventures* (México), *Radius* (Canadá), *Agora Partnerships* (Nicaragua) y *Global Shapers Community Quito* (Internacional). “Estos grandes colaboradores han permitido desarrollar talleres y eventos llamativos para todos los miembros del espacio, inclusive para emprendedores que todavía no forman parte el *coworking*” (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016). Además, ImpaQto también colabora con empresas ecuatorianas privadas y

públicas como la Cámara de Industrias y Producción, DHL, Kruger Labs, Telconet, Fundacity, Orange Sky, Panal Coworking, Céntrico Digital y Átiko 7.

Para ImpaQto es importante originar colaboración entre los emprendedores, pero también es necesario contar con el respaldo de otras empresas que buscan llegar al mismo objetivo: convertir el mundo en un mundo mejor. (ImpaQto, 2016)

2.2.3 Mentores

Los mentores son “exponentes, conocedores y profesionales que son capaces de guiar a los miembros del espacio de coworking en sus actividades operacionales y administrativas.” (ImpaQto, 2014). Ellos son esenciales para el desarrollo de los programas de incubación dentro del espacio. Los mentores también son los invitados principales de los talleres que tratan temas específicos, son los que participan en los *Workshops* y *Bootcamps*.

Los mentores de ImpaQto, no son empleados del espacio sino que son invitados especiales que aportan su conocimiento a todos los emprendedores y los guían para poder concretar sus ideas. Uno de los mentores más conocidos de ImpaQto es David Meza, él es fundador

de Alturas Soluciones, es coach y conoce bastante acerca de emprendimiento y funcionamiento de negocios. Lo que más lo apasiona es conocer a gente soñadora, que crea ideas innovadoras pero que pueden plasmarlas y enfocarlas en un negocio. Le gusta colaborar con las personas y ayudarlas en todo lo posible para que logren sus objetivos. Meza tiene experiencia en dar mentorías a las personas que comienzan solo con una idea de emprender, pero también apoya a los emprendimientos que están más avanzados.

Es necesario que los emprendedores reciban fundamentos por parte de expertos que conocen sobre los campos de negocio, y sobre temas relevantes para la formación de las microempresas en el país.

La línea de negocio creada con los mentores, según el modelo de negocios Canvas, está sujeta a los socios clave. Los mentores se consideran socios clave de ImpaQto porque colaboran con el desarrollo social de los emprendimientos del *coworking*. Ellos proveen de conocimiento empresarial a los emprendedores, a su vez participan activamente con los asistentes de las actividades del *coworking* y, al igual que un profesor, evalúan los avances de los emprendimientos y entregan *tips* que fortalecen el discurso de presentación del negocio. (ImpaQto, 2016)

Como colaboradores del espacio ellos pueden utilizar las instalaciones del *coworking* para sus mentorías, además reciben descuentos en arriendos de oficinas y salas de reuniones. Los mentores son grandes contactos dentro de la red de emprendimiento y de la comunidad de ImpaQto. A su vez, la mayoría de ellos trabaja en sus propios emprendimientos, por esta razón su participación como mentores del espacio les facilita conocer nuevos contactos y difundir publicidad sobre sus negocios.

Los mentores que participan activamente en ImpaQto crean un flujo económico para el *coworking* y para ellos mismos. Es un emprendimiento formado dentro del *coworking* porque las mentorías son un servicio altamente demandado por los emprendedores, y para ImpaQto es muy importante tenerlo habilitado permanentemente. El servicio de mentorías y la participación de mentores en talleres causa que más emprendedores nacientes estén interesados en adquirir una membresía dentro del *coworking*. (ImpaQto, 2016)

Por otra parte, algunos miembros del *coworking* han trabajado en el espacio durante varios meses, sus emprendimientos crecen y su conocimiento y experiencia también. Emprendimientos nacientes generan grandes expectativas en el equipo de ImpaQto y por esta razón los emprendedores que han demostrado perseverancia y

esfuerzo en su trabajo son invitados a compartir sus logros y ambiciones como expositores de eventos. (ImpaQto, 2016)

Muchos emprendedores tienen grandes ideas que deben ser compartidas con los demás para crear conciencia de los cambios que se pueden plasmar en la sociedad y el medioambiente. Los emprendedores con negocios que crean impacto sobre temas sociales, culturales y ambientales, y que además llevan varios meses trabajando en el *coworking* tienen la gran oportunidad de exponer sus ideas y su trabajo. Los miembros con mayor experiencia y dominio del campo en el que emprenden pueden formar parte de los mentores en talleres que involucran temas de su línea de negocios.

2.3 EL CRECIMIENTO DE IMPAQTO

2.3.1 Expansión física del espacio de *coworking*

ImpaQto comenzó su funcionamiento en septiembre del 2014 en una casa ubicada en las calles Luxemburgo y Holanda, sector la Carolina. En ese tiempo, como lo hemos revisado anteriormente, el término *coworking* era poco conocido, además, los emprendedores no tenían conocimiento sobre la existencia de estos espacios. Al inicio, para Arévalo y Peralvo era muy difícil contactar a personas interesadas en ser miembros del *coworking*, porque la mayoría de sus conocidos eran

empleados o trabajaban desde casa. El local era pequeño, pero suficiente para el comienzo del emprendimiento porque de esta forma se podían compensar los gastos con los ingresos obtenidos por membresías y eventos.

El *coworking* ocupaba el tercer piso de la casa, y disponía tres oficinas de alquiler para equipos de trabajo, y en la mitad se encontraba todo el espacio destinado a emprendedores individuales. Además, dos salas de reuniones que podían ser alquiladas en cualquier momento por los emprendedores y demás miembros del espacio. El *coworking* comenzó a quedar pequeño cuando los eventos acogían a más personas, y por esta razón en enero del 2016, una acción estratégica fue mudar el *coworking* hacia un local mejor localizado y con una mejor distribución física. (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

De esta forma la estrategia de expansión lograría satisfacer la demanda de emprendedores interesados en membresías y eventos. Como segundo objetivo, esta expansión aumentaría el número de oficinas disponibles para equipos de trabajo. Gracias a estos objetivos, la comunidad de ImpaQto y la red de emprendimiento también crecerán no en cantidad de emprendedores sino como calidad del negocio y de los miembros.

La nueva casa de ImpaQto, ubicada en las calles Moscú y República del Salvador (sector La Carolina), fue refaccionada para ofrecer un espacio amplio de *coworking*, oficinas dedicadas para equipos de trabajo y salas de reuniones más grandes. Además se crearon nuevos espacios que permiten a los miembros tener mayor privacidad. La mayoría de emprendedores utilizan herramientas tecnológicas y redes sociales como *Skype* para comunicarse con sus socios y clientes, por esta razón se pensó en hacer unas “cabinas” que facilitan a los emprendedores realizar sus llamadas en un espacio tranquilo y silencioso. (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

En el año 2016, la nueva casa de ImpaQto cambió paulatinamente su espacio porque más emprendedores y equipos de trabajo buscaban oficinas pequeñas de arriendo. La localización actual de ImpaQto es una gran oportunidad para nuevos negocios, ya que su ubicación se encuentra en un sector de alta afluencia empresarial. El *coworking* durante el primer trimestre del año llenó todas sus oficinas, por lo que a finales del segundo trimestre se pensó en continuar con esta ampliación del espacio. Es decir que más oficinas dedicadas fueron construidas en el segundo piso de la casa y también se amplió el espacio de *coworking* con un lote adicional. (Arévalo, ¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

A futuro, el equipo de ImpaQto busca seguir creciendo, mas no de forma física, sino con el aumento de miembros y equipos de trabajo interesados en pertenecer a la comunidad. Una gran inversión se realizó en la construcción y adecuación del espacio, por lo que el *coworking* espera recuperarla hasta el segundo trimestre del 2017. Además, su crecimiento también está enfocado en los socios y colaboradores que ofrecen un servicio de calidad dentro del *coworking*.

2.3.2 Crecimiento de la comunidad de ImpaQto

En el año 2015 los contactos con mentores, inversionistas y alianzas crecieron gracias al esfuerzo de las fundadoras Arévalo y Peralvo. Según Arévalo: “la perseverancia nos ayudó a encontrar a nuestros agentes de cambio y también a difundir nuestro trabajo en diferentes medios públicos y privados” (¿Cómo nació ImpaQto?, 2016). El 2015 fue un año de mucho trabajo para el equipo de ImpaQto, algunos meses fueron difíciles debido a la inauguración de nuevos espacios de *coworking*, pero siempre se aprovechó esta situación para aumentar la propuesta de valor del *coworking* y marcar una diferenciación frente a la competencia, asegura Arévalo. Además, los bajos costos comparados con otros espacios de *coworking* ocasionaron que los

emprendedores y asistentes a los eventos generen una fidelización con ImpaQto. (¿Cómo nació ImpaQto?, 2016)

La comunidad compuesta por emprendedores, mentores, alianzas y empleados de ImpaQto creció a partir del último trimestre del 2015. Gracias a los contactos que el equipo de ImpaQto logró fortalecer en el 2015, el número de mentores disponibles para asesorías aumentó. En el año 2014, Meza era el único colaborador de ImpaQto en ofrecer el servicio de mentorías, pero para finales del 2015, el *coworking* obtuvo la colaboración de Meza, abogados de Paz & Horowitz, y personal de Céntrico Digital que presentaron a los emprendimientos temas financieros, legales y de mercadeo. Y de esta forma, en enero del 2016, el número de mentores aumentó; colaboradores nacionales e internacionales comenzaron a formar parte de las mentorías, algunos de forma permanente en el caso de los nacionales, y otros ocasionales que asisten a eventos específicos del *coworking*.

Por otra parte, las alianzas de ImpaQto se fortalecieron por la difusión y publicidad del *coworking* en medios de comunicación. En el año 2014, ImpaQto comenzó su funcionamiento con el respaldo de Impact Hub, la gran red de *coworkings* en el mundo. Esta alianza proporcionó a ImpaQto mayores conocimientos en negocios, funcionamiento del *coworking*, actividades de interés, estructura de trabajo y otras

herramientas que los *coworkings* utilizan para mejorar sus procesos administrativos y operativos. (ImpaQto, 2016)

Es así que, en el año 2015, las alianzas de ImpaQto aumentan y reciben el patrocinio de empresas nacionales y multinacionales, entre las más importantes se encuentran *Seedspace*, *Radius*, *Unreasonable Institute* y *Google for Entrepreneurs*. Y a partir del cambio hacia la nueva casa en el año 2016, nuevos socios estratégicos se suman a la comunidad y estos son: Corporación la Favorita, Uribe & Shwarzkopf, *Microsoft*, Sistema B, Cámara de Industrias y Producción, *Global Shapers*, entre otros. La cooperación de las alianzas es importante para el funcionamiento de ImpaQto, porque son estos socios los que aportan a que el *coworking* aumente su prestigio y calidad de ponencias y eventos. Además, las alianzas engrandecen la propuesta de valor para los emprendedores, los eventos para la comunidad tratan mejores contenidos y el reconocimiento de ImpaQto a nivel nacional aumenta.

Por último, los empleados de ImpaQto forman parte esencial de la comunidad y es gracias a ellos el *coworking* puede funcionar día a día. En el nacimiento del *coworking* el equipo que formaba parte activa de ImpaQto era: Arévalo (gerente general), Peralvo (gerente de operaciones), Denisse Torres (asistente del *coworking*), Nicole Bonilla

(Asistente de comunicación) y cinco pasantes rotativos distribuidos en áreas operacionales. Pero a medida que el *coworking*, comenzó a crecer y a atraer a más miembros y alianzas, fue necesario crear dos puestos de trabajo esenciales para el negocio, uno de asistente financiero y el otro de asistente de alianzas. De esta forma, en el año 2016 nuevos miembros del equipo formaron parte de ImpaQto, Paul Garzón como asistente financiero y Martin Pastor como asistente de alianzas. El puesto de asistente de *coworking* fue reemplazado por el de asistente de ventas a cargo de Lis Ramirez y la asistencia de comunicación pasó a manos de Lucia Villavicencio. Por último, el número de pasantes aumentó y sus tareas fueron divididas según sus conocimientos y fortalezas. El aumento de personal produjo el fortalecimiento del equipo de ImpaQto y también un mejor rendimiento en las actividades relacionadas con el *coworking*.

2.3.3 Demanda creciente de emprendedores

En el año 2014, el *coworking* comenzó a ofrecer sus membresías a todos los emprendedores interesados en formar parte de la comunidad de ImpaQto. En un inicio, debido a sus escasos medios de comunicación, fueron pocos los emprendedores que pertenecían al espacio. Para diciembre del 2014 la cifra de *coworkers* alcanzaba alrededor de 15 personas, de las cuales 8 eran miembros fijos con

membresías ilimitadas, mientras que los restantes fueron parte de los miembros ocasionales con planes conexión, básico y Premium. (Arévalo, 2016)

Después del primer año de funcionamiento, ImpaQto difundió con mayor éxito su trabajo y promociones del *coworking*. Lo que facilitó el aumento de miembros del espacio fue la continuidad de los talleres y la propuesta de eventos que involucraron temas de actualidad. A mitad del 2015, el número de emprendedores que formaban parte del *coworking* aumentó a 30, de los cuales 16 trabajaban como emprendimientos fijos. Arévalo afirma que en este crecimiento de la demanda, se observó que el número de mujeres interesadas en el servicio del *coworking* era mayor. (¿Cómo nació ImpaQto?, 2016). Esta declaración, además de confirmar que existe mayor cantidad de emprendedores nacies en el país, señala que los emprendimientos están dirigidos principalmente por mujeres.

Por otra parte, en el mes de julio del 2016, después de la expansión realizada en el espacio de *coworking* un mayor número de emprendedores adquirieron el servicio de membresías. Los miembros individuales aumentaron a 40, pero como se mencionó inicialmente, esta expansión permitió que más de equipos de trabajo se sumen al *coworking*. En el local se crearon 15 oficinas para emprendimientos

grupales, de las cuales 13 están ocupadas por equipos de 3 a 10 personas. (¿Qué es ImpaQto? , 2016)

Por último, ImpaQto creció rápidamente en el último año de forma física y organizacional como se indicó en este capítulo. Su equipo trabajó para que el número de emprendedores aumente, y por esta razón el *coworking* ha tenido una gran acogida por parte de los emprendedores nuevos y nacientes. Es así que las fundadoras Arévalo y Peralvo consideran que el *coworking* tiene un gran potencial para abrir su mercado hacia otros lugares dentro del Distrito Metropolitano de Quito. En el futuro, existe una gran posibilidad de que ImpaQto tenga un nuevo espacio de *coworking* en otras ciudades.

3. DISEÑO Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Para este estudio se realizaron dos encuestas dirigidas a los espacios de *coworking* y la segunda a los emprendedores que pertenecen a los espacios. A continuación se presenta la metodología y su justificación de cada encuesta.

3.1 ENCUESTA DE *COWORKINGS*

3.1.1 Definición de encuesta

Según Mayntz se describe a la encuesta como “la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.” (Introducción a los métodos de la sociología empírica, 1993)

3.1.2 Población

Para la investigación se aplicó una encuesta a los *coworkings* establecidos en el Distrito Metropolitano de Quito en base a los datos y las variables recolectadas en las entrevistas realizadas por el grupo

de investigadores del proyecto de *coworkings* de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

Como lo revisamos en la primera sección de la investigación, el número de *coworkings* en el DMQ es pequeño, por este motivo la encuesta de los espacios *coworking* fue aplicada a todos los espacios que el equipo de investigación visitó para realizar la entrevista. En total son 6 espacios, incluyendo a ImpaQto, el principal *coworking* que se está analizando en el estudio.

ImpaQto será la base del análisis de las encuestas realizadas a los espacios de *coworking*, puesto que el proyecto de investigación es el caso práctico de esta empresa social. Sin embargo, el apoyo sobre la información recolectada sobre todos los espacios de *coworking* será adecuado para el diagnóstico de crecimiento del emprendimiento femenino en la ciudad de Quito.

3.1.3 Enfoque en género

En América Latina y el Caribe, se comienza a difundir el concepto de igualdad de género en temas políticos, económicos y sociales. El CEPAL, principal observatorio de género en la región latinoamericana, publicó acerca de los planes de igualdad de género.

Este estudio presenta un análisis de los planes de desarrollo de la igualdad de género de cada gobierno de América Latina y el Caribe. En él se presenta el tema de la mujer y la economía, en el que se expone al Ecuador como un país que, basado en la Constitución y el Plan Nacional para el Buen Vivir, construye “una política integral e intersectorial que abarca componentes de cuidado” (CEPAL, 2017) y busca “disminuir la carga de trabajo doméstico y de cuidados no remunerados que realizan las mujeres”. (Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: Mapas de ruta para el desarrollo, 2017)

Además, la organización del trabajo y las transformaciones en la cultura organizacional permiten que estas políticas o planes generen justicia en género en los países de América Latina. (Benavente & Valdés, 2014) Por este motivo, la encuesta realizada a los espacios de *coworking* y emprendedores permitirá clarificar los avances que han surgido en cuanto a la igualdad de género y políticas integradoras de la población femenina.

La encuesta engloba temas generales como administración, servicios, estructura, clientes, género, marketing y tecnología, pero para cumplir con el objetivo del estudio es necesario enfocarse en características y variables de género e igualdad.

Se escogió a ImpaQto como principal *coworking* porque está dirigido por mujeres, y su apoyo al emprendimiento femenino es visible frente a los demás *coworkings*.

Las variables más importantes que proporcionan mayor información sobre género son la representatividad de mujeres en el emprendimiento, industria a la que pertenecen, tiempo de trabajo y perfil de la mujer emprendedora.

Se denominará a la población emprendedora del espacio de *coworking* de la siguiente forma:

- Emprendimientos femeninos: aquellos emprendimientos o empresas del espacio que están dirigidos por mujeres.
- Emprendimientos masculinos: aquellos emprendimientos o empresas del espacio que están dirigidos por hombres.

Es importante aclarar esta denominación porque existen emprendimientos liderados por hombres cuyo personal es mayoritariamente femenino, y viceversa. Sin embargo las empresas son consideradas como masculinas o femeninas dependientemente de su representante legal.

3.2 ENCUESTA DE EMPRENDIMIENTOS

3.2.1 Población

La población a la que está dirigida la encuesta de emprendimientos está conformada por los representantes de cada emprendimiento y los emprendedores individuales que trabajan en los espacios de *coworking* que se seleccionaron para la encuesta anterior.

Para la justificación de los objetivos de estudio se tomará en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los emprendimientos que forman parte de ImpaQto como *coworkers* y oficinas dedicadas.

4. CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

4.1 EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL MUNDO

El crecimiento del emprendimiento a nivel mundial llama la atención de políticos, economistas, sociólogos y demás ramas de estudio. En las publicaciones del Banco Mundial, se afirma que el emprendimiento aumenta gradualmente y que los emprendedores impulsan el crecimiento económico y la creación de empleos alrededor del mundo. En el artículo se afirma que: “Además de impulsar el crecimiento y la creación de empleo a nivel local, las PYMES desempeñan un papel cada vez más importante al abordar urgentes desafíos del desarrollo, especialmente aquellos relacionados con la sostenibilidad y la prestación de servicios.” (Grupo Banco Mundial, 2016)

El Banco Mundial ha participado en los eventos más importantes para el emprendimiento como lo es la Cumbre Mundial del Emprendimiento, cuyo patrocinador fue el Presidente de los Estados Unidos, Barack Obama. Pero en Estados Unidos, aún si es más probable que los hombres construyan su propio negocio, las agencias del gobierno están aumentando su esfuerzo para motivar a las mujeres a comprometerse con su propio emprendimiento. (Reynolds & al., 2004)

El emprendimiento femenino en todos los países del mundo tiene dos causas principales, la primera es por necesidad y la segunda es por la oportunidad. Según Marlow y Strange, mientras las motivaciones de ciertas emprendedoras mujeres son similares a la contraparte masculina, incluyendo el deseo de independencia y ganancia financiera, existe un argumento para un gran número de ellas, y no para los hombres, el que consiste en comenzar un trabajo y establecer el balance entre las responsabilidades laborales y ganar potencial con las responsabilidades familiares. (Marlow & Strange, 1994)

En algunos países del mundo en donde existen mayores índices de emprendimiento, las mujeres sobrepasan el porcentaje de hombres emprendedores. Según los estudios de Global Entrepreneurship Monitor, en seis economías alrededor del mundo (Vietnam, Filipinas, Tailandia, Malasia, Perú e Indonesia) las mujeres muestran un porcentaje de emprendimiento igual o mayor al de los hombres. (Kelley & al., Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016, 2016)

Las edades con mayor participación en emprendimiento femenino se encuentran en dos rangos, el primero entre 25-34 años y el segundo rango de 35 a 44 años. Por este motivo en el GEM global se pueden encontrar recomendaciones sobre el planteamiento de nuevas políticas que beneficien al desarrollo de emprendimiento femenino. Como opción, los escritores Kelley,

Slavica y Herrington proponen a los gobiernos tomar medidas sobre “la provisión adecuada del cuidado de niños y ancianos.” (Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016, 2016)

En el año 2014, según los informes del GEM, en países africanos la proporción de mujeres emprendedoras es mayor a la proporción de hombres. De misma forma en América Latina, las mujeres representan un alto porcentaje en la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) mientras que en Europa los indicadores muestran que las mujeres no emprenden al igual que los hombres. (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

En el mundo las mujeres reconocen dos tipos de factores que impulsan el emprendimiento, el primero es el factor de eficiencia que impulsa el desarrollo emprendedor y el segundo es la innovación. En el Global Entrepreneurship Monitor de Mujeres se realizan dos análisis en base a estos dos factores y las regiones del mundo. En las figuras 3 y 4, se observan dos gráficos araña en el que se establecen 4 variables (Intención de emprender femenina, TEA femenina, Empresas femeninas consolidadas y Cierre de empresas femeninas). (Kelley & al., 2015)

En la figura 3, se observa que África es la región con mayores porcentajes de las variables expuestas en base al factor de eficiencia. Su proporción en

intención femenina de emprender es la más alta de todos los continentes, al igual que su población femenina TEA.

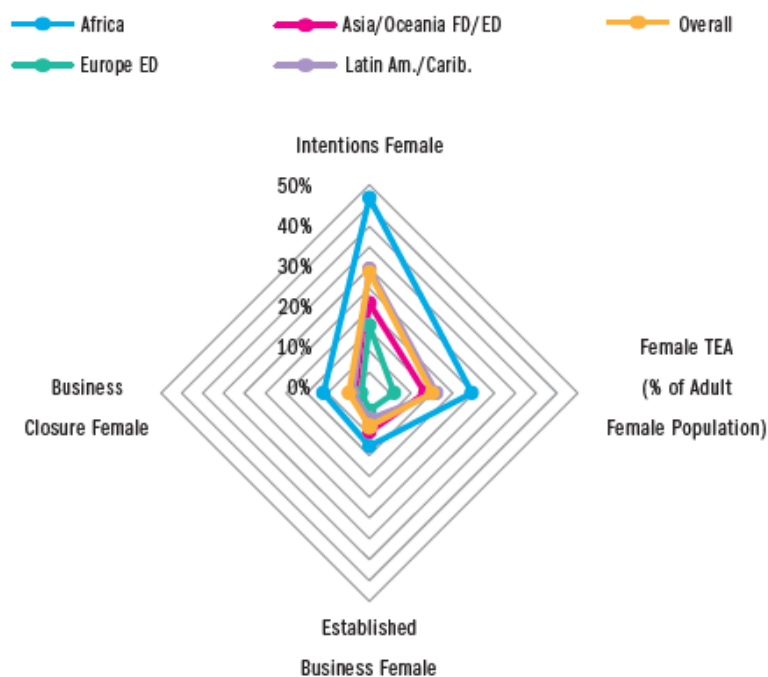


Figura 3: Análisis de actividad femenina en base a factor eficiencia 2015

Fuente: (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

Por otra parte, quienes demuestran bajos niveles en las variables son los países europeos, su diagrama general en la figura 3 se encuentra por debajo de los porcentajes promedio. Pero en base al factor eficiencia las regiones de América Latina y el Caribe prueban que el emprendimiento según las variables de intención para emprender, población femenina y establecimiento de negocios femeninos tienen un alto porcentaje en comparación a Europa y Asia. Por el

contrario, en base al factor de innovación, se observa en la figura 4 que Asia es la región con mayores porcentajes en las diferentes variables, esto se debe al alto índice de investigación y desarrollo tecnológico de los países industriales como Japón y China. Adicionalmente, América Latina y el Caribe para el factor innovación, son regiones con porcentajes similares a la media, lo que nos permite afirmar que el emprendimiento femenino en Latinoamérica está impulsado por ambos factores el de eficiencia y el de innovación. (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

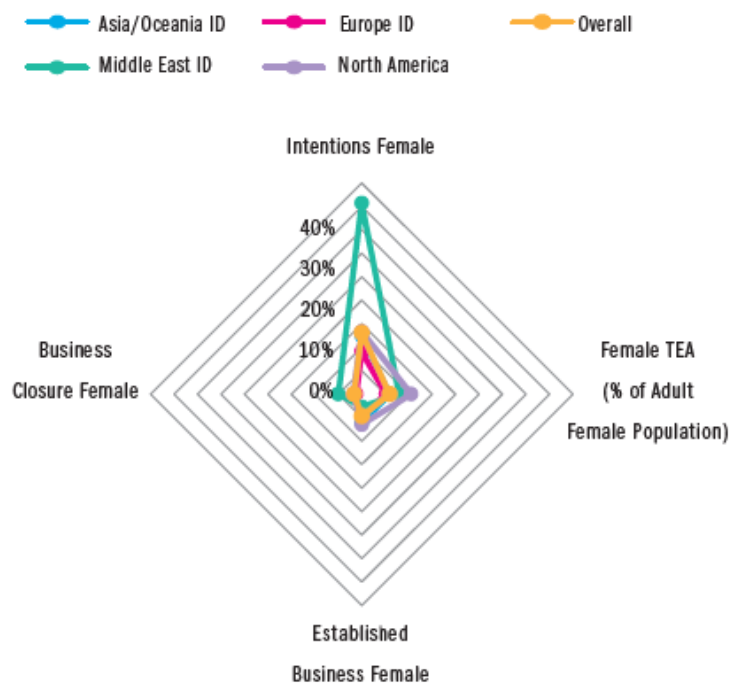


Figura 4: Análisis de actividad femenina en base al factor innovación 2015

Fuente: (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

Según estudios de *The Global Entrepreneurship and Development Institute*, el emprendimiento femenino en el mundo tiene un alto potencial de crecimiento debido a la innovación, expansión de mercados, y orientación a la exportación. La publicación *The Female Entrepreneurship Index* (FEI) del año 2015 se enfoca no solamente en mostrar porcentajes de emprendimiento femenino en el mundo, también identifica las fortalezas y debilidades de los países y regiones según las condiciones favorables que lideran el desarrollo del emprendimiento femenino. (Terjesen, Siri et al., 2015)

En el siguiente cuadro se detallan las fortalezas y debilidades que FEI examinó en las principales regiones del mundo.

Fortalezas	Debilidades
Región: Asia	
<ul style="list-style-type: none"> -Tamaño del mercado -Acceso al cuidado de niños -Monopolio de mercados -Investigación y Desarrollo -“Gacelas” de negocios -Innovación -Nuevos productos -Nueva tecnología -Oportunidades de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento de oportunidades de negocio -Percepción de capacidades para emprender -Decisión para comenzar a emprender -Paridad de fuerza laboral -Financiamiento empresarial
Región: Europa	
<ul style="list-style-type: none"> -Negocios en el sector tecnológico -Educación niveles superiores -Capacitación y apoyo a PYMES 	<ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento de oportunidades de negocio -Percepción de capacidades para emprender -Conocer a otros emprendedores
Región: América Latina	
<ul style="list-style-type: none"> -Estatus ejecutivo -Proporción de emprendimientos -Liderazgo femenino 	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación y Desarrollo -Financiamiento empresarial
Región: África	
<ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento de oportunidades de negocio -Percepción de capacidades para emprender -Conocer a otros emprendedores 	<ul style="list-style-type: none"> -Internet y Networks -Negocios en el sector tecnológico -Investigación y Desarrollo

Tabla 4: Fortalezas y debilidades del emprendimiento femenino en las principales regiones mundiales

Fuente: (The 2015 Female Entrepreneurship Index, 2015)

Estos datos permiten justificar que las regiones del mundo con mayores proporciones de emprendimiento femenino se asemejan en cuanto a las fortalezas y debilidades sobre el desarrollo de su potencial. Con la información presentada en base a los factores de eficiencia e innovación, sabemos que África es la región con mayor intención femenina de emprender en base a la

eficiencia, este resultado se refuerza con las fortalezas identificadas en el FEI, en las que la población femenina africana reconoce las oportunidades para emprender y percibe sus capacidades emprendedoras. De la misma forma, América Latina consigue destacarse en altos porcentajes de emprendimiento femenino por sus fortalezas sobre la proporción de emprendimientos y el alto liderazgo femenino. (Terjesen, Siri et al., 2015)

Desde otra dimensión, si se comparan las fortalezas de la región asiática con el diagrama en base al factor de innovación, ambos datos concuerdan. El sector tecnológico junto con I&D son las principales ramas en las que existe un crecimiento gradual. Las fortalezas y debilidades del emprendimiento en Asia pueden compararse a Europa porque ambos buscan el mejoramiento tecnológico, es decir que el peso de la innovación es alto. Pero los habitantes de ambos continentes tienen dificultades para reconocer oportunidades de negocio y percibir sus capacidades para emprender sus propios negocios. (The 2015 Female Entrepreneurship Index, 2015)

En el mundo existe desigualdad del emprendimiento femenino, el potencial de crecimiento y desarrollo de las mujeres resulta diferente en todas las regiones debido a la cultura social y empresarial.

4.2 EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA REGIÓN

Como se analizó precedentemente, Latinoamérica y el Caribe presentan altos índices de emprendimiento femenino, por lo que se convierte en una región interesante para el desarrollo de nuevas empresas lideradas por mujeres.

En los estudios realizados en el año 2015 por *The Female Entrepreneurship Index*, se observa que algunos países de la región Latinoamericana se encuentran sobre la media del ranking global, por ejemplo Chile y Colombia ocupan los primeros lugares del territorio y, en base a este ranking, su ubicación está en los puestos 15 y 29 respectivamente. Estos países presentan los índices más altos de emprendimiento femenino, y al observar el nivel de los indicadores individualmente por países, para Chile la mayor puntuación se encuentra en el indicador de “Nuevos Productos”, mientras que su indicador con menor nivel es “Nuevas tecnologías”, al igual que Colombia. Sin embargo para nuestro país vecino el indicador con mayor puntuación es el de “Liderazgo Femenino”. (Terjesen, Siri et al., 2015)

Complementariamente, el análisis individual de los países Latinoamericanos muestra la misma tendencia en cuanto al indicador con menor valor, es decir que las “Nuevas Tecnologías” no forman parte esencial del desarrollo de emprendimientos femeninos en la región.

En el año 2014, según el Kelley el porcentaje de intención en emprender entre hombres y mujeres fue semejante, ambos alcanzaron un 30% y la proporción de mujeres en base a hombres fue de 0,91. Estas cifras demuestran que la intención femenina en las economías de LATAM tiene una alta competencia frente al emprendimiento masculino. (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

En la figura 5, se indica en color rosado el porcentaje de intención femenina en emprender un nuevo negocio y en azul la intención masculina, para los países pertenecientes a Latinoamérica y el Caribe. Los países en donde se muestra mayor diferencia entre ambos géneros son Uruguay, Costa Rica, Guatemala, Chile y Colombia. La intención masculina en los países mencionados supera a las mujeres con aproximadamente 5 o 10 puntos porcentuales de diferencia. Los demás países de esta región muestran porcentajes similares entre ambos géneros. Los únicos países en donde la intención femenina supera el porcentaje masculino son Surinam y Barbados, estos se caracterizan por tener economías de micro financiamiento.

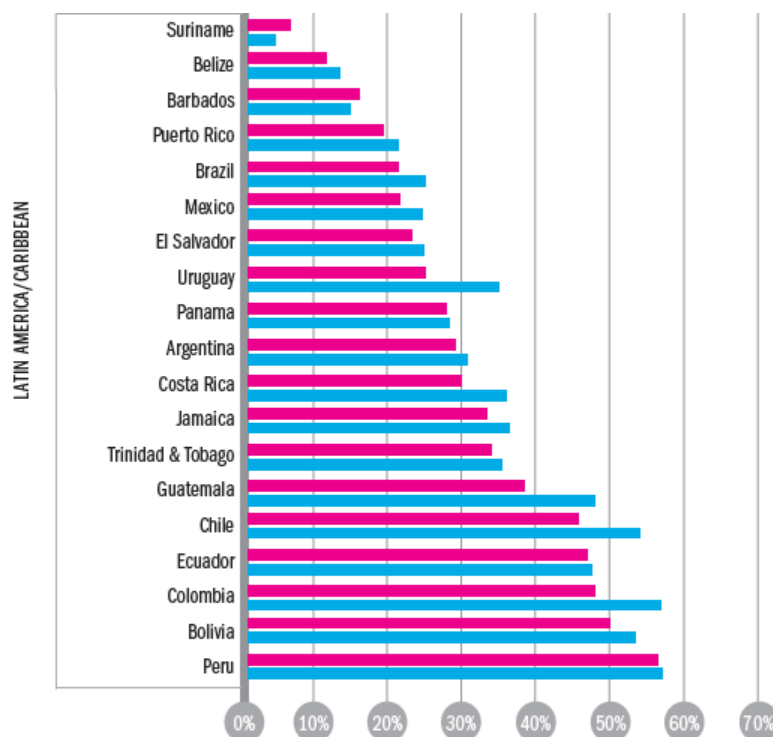


Figura 5: Porcentaje de adultos con intención de emprender un nuevo negocio en economías latinoamericanas y el Caribe, por género.

Fuente: (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

Si bien existe una gran competencia en base a este primer porcentaje de actividad emprendedora en la región, es importante tomar en cuenta el indicador TEA (índice de Actividad Emprendedora Temprana). El TEA proporciona el porcentaje de adultos (entre 18-64 años) que han iniciado un negocio recientemente. América Latina y el Caribe en intención de emprender se encuentran en primer lugar de regiones, pero tomando en cuenta la TEA la región se encuentra en tercer lugar después de África y Asia. Los porcentajes y

proporciones de la TEA disminuyen a 15% y 19% para mujeres y hombres respectivamente, mientras que el *ratio* de mujeres en base a hombres se reduce al 0,79. No obstante, el *Women's Entrepreneurship GEM* afirma que los porcentajes de TEA en América Latina y el Caribe son altos y demuestran paridad o equidad de género en el emprendimiento. (Kelley & al., 2015)

La figura 6 que se presenta a continuación, al igual que el gráfico de intención, demuestra las diferencias entre los porcentajes de TEA de los países que conforman la región de Latinoamérica y el Caribe.

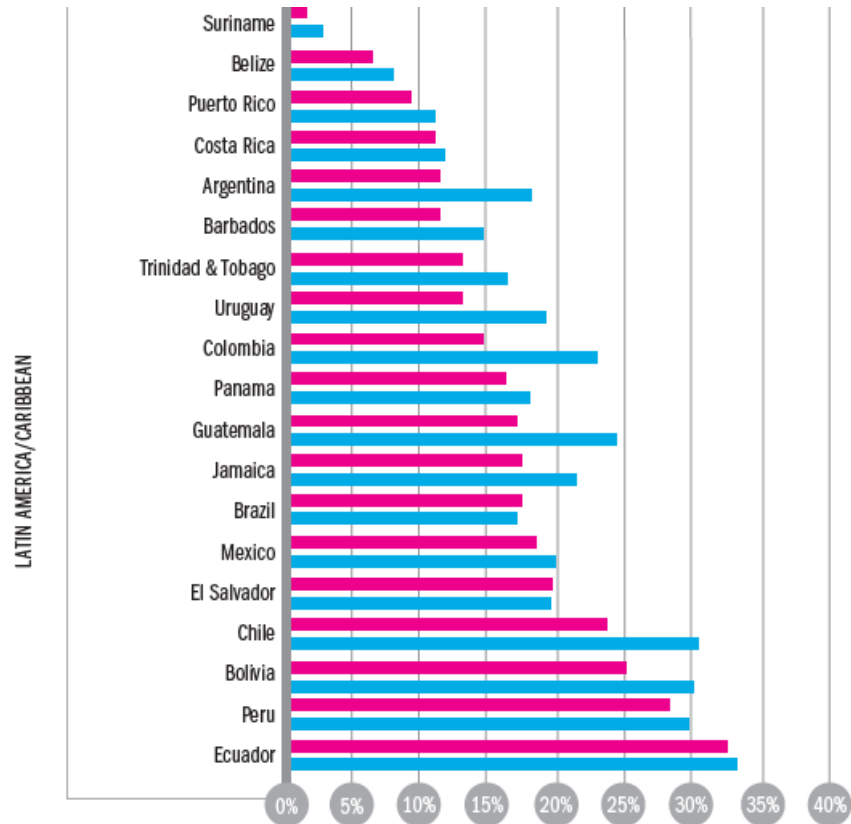


Figura 6: Porcentajes TEA en América Latina y el Caribe, por género

Fuente: (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

Las cifras resaltan mayores diferencias entre los emprendimientos masculinos y femeninos de la región. Los países en donde se encuentra un porcentaje mayor de TEA masculino son: Argentina, Barbados, Uruguay, Colombia, Guatemala, Jamaica, Chile y Bolivia, un número superior de países a los mencionados en la intención de emprender un nuevo negocio. En esta etapa las mujeres, en ningún país de la región, superan los porcentajes de emprendimiento masculino. (Kelley & al., 2015)

Adicionalmente, Kelley realizó en el 2015 la investigación de cambios en el comportamiento del emprendimiento femenino desde el año 2012. Durante los 3 años de observación, el indicador TEA femenino en América Latina y el Caribe creció en un 14%, dando como resultado el aumento de 4% en la proporción de emprendimientos femeninos en base a emprendimientos masculinos. Estos cambios en la población adulta femenina (18 a 64 años) invitan a exponer la primera afirmación sobre un crecimiento gradual de emprendimiento femenino en la región latinoamericana. (Women's Entrepreneurship GEM, 2015)

La región de Latinoamérica y el Caribe presenta altos porcentajes en indicadores importantes del emprendimiento: intención de emprender y Actividad Emprendedora Temprana (TEA). Según el estudio realizado en el 2015 por el GEM, en el Ecuador la actividad emprendedora femenina se encuentra entre los países con mayor porcentaje en los indicadores “intención de emprender” y TEA. Si bien, nuestro país ocupa el cuarto lugar en intención de emprender en ambos géneros, la gráfica 5 ilustra una equidad entre hombres y mujeres sobre el deseo de crear un negocio. Además, en porcentajes TEA, Ecuador se encuentra el primer lugar de la lista de América Latina con el mismo comportamiento de equidad mencionado previamente. (Kelley & al., 2015)

Adicionalmente, según el análisis de Lasio, el perfil de la mujer emprendedora en el Ecuador en el año 2015 se caracterizó por tener una orientación de negocios emprendidos del 77% en servicios, el 22% restante se dividió igualitariamente en emprendimientos de producción, negocios y extractivo. Las características del perfil personal promedio de una mujer emprendedora fueron: 36 años de edad, 11 años de escolaridad o nivel secundario, y 67% de la población femenina emprendedora habitan en el área urbana. (Emprendedoras, 2015)

Finalmente, después de la comparación mundial y regional, se puede observar que Latinoamérica, y en especial Ecuador presenta cifras positivas y crecientes de emprendimiento femenino. Esta tendencia nos permite adelantar ciertas conclusiones sobre la hipótesis del crecimiento de emprendimiento femenino en el Distrito Metropolitano de Quito, pero es preciso evaluar y profundizar este estudio en base a los resultados obtenidos en las encuestas de *coworking* y emprendimientos.

4.3 EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL DMQ: CASO IMPAQTO

En este subcapítulo se analizarán las respuestas de la encuesta realizada a ImpaQto, se estudiarán tres subtemas relacionados con la encuesta de

coworking. Este análisis está dividido en tres ejes principales que muestran variables diferenciadoras, por mantener y por mejorar dentro del espacio de *coworking*.

4.3.1 Análisis de resultados encuesta de ImpaQto: variables diferenciadoras

Las variables diferenciadoras en el proyecto de investigación permiten conocer, como su nombre lo indica, la diferencia en el funcionamiento del espacio de *coworking*. Las preguntas a las cuales respondemos son: ¿Qué diferencia a ImpaQto de los demás espacios *coworking*?, ¿Por qué escoger ImpaQto y no otro *coworking*?, ¿Un espacio de *coworking* liderado por mujeres es diferente al resto de espacios? ¿Estas diferencias son positivas o negativas?

A partir de estas preguntas se puede responder lo siguiente, ImpaQto se diferencia en cuanto a su ubicación, espacio físico, precios, servicios, mentorías y alianzas estratégicas. Estas variables de diferenciación permiten confirmar la descripción efectuada anteriormente en el capítulo 2. Para ImpaQto, la diferenciación más importante es en cuanto a los servicios, mentorías y alianzas estratégicas. ImpaQto ofrece variedad de servicios a los

emprendedores en cuanto a las membresías, incubación, eventos y mentorías. Adicionalmente, sus alianzas estratégicas internacionales generan un gran valor agregado a sus productos finales.

Si bien ImpaQto es liderado por dos mujeres emprendedoras, el número de fundadores iniciales fueron dos hombres y dos mujeres, a diferencia de otros espacios de *coworking* de este estudio que muestran bajas o nulas proporciones de mujeres fundadoras del espacio. Este hecho respalda el concepto de igualdad de género, que desde las raíces del espacio profesa equidad entre emprendimientos femeninos y masculinos para brindar así las mismas oportunidades para ambos géneros.

Previo a la apertura del espacio, lo que diferenció a ImpaQto de otros *coworkings* fue analizar el mercado en base a los eventos organizados anteriormente a la inauguración del espacio. La investigación de mercado y el plan de negocios también fueron desarrollados, sin embargo para sus fundadores fue esencial conocer si en el DM de Quito ya existía un mercado de emprendedores interesados en formar parte de un espacio de *coworking*. Y fue de esta forma que distinguieron el crecimiento de su cartera de clientes durante sus 3 años de funcionamiento. ImpaQto es el único *coworking* encuestado en reconocer que su cartera de clientes actualmente supera 30

emprendedores. En la siguiente figura se observa el crecimiento de la cartera de clientes de ImpaQto durante su funcionamiento.

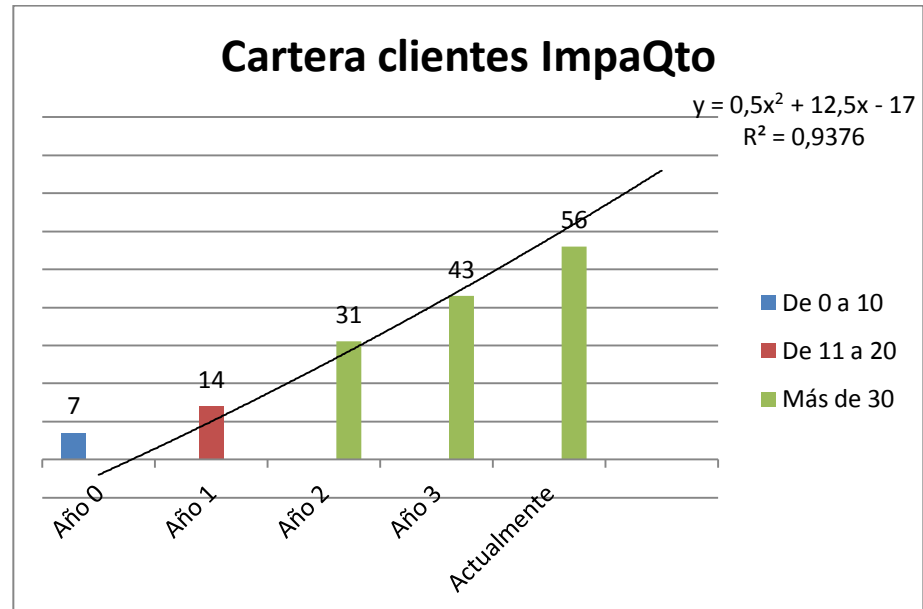


Figura 7: Crecimiento de cartera de clientes ImpaQto

Elaboración: Antonella Medina

La figura 7 comprueba el gran crecimiento de la población emprendedora durante los 3 últimos años dentro del espacio de ImpaQto. La línea de regresión Polinómica, la más adecuada para describir el crecimiento de la cartera de clientes de ImpaQto, demuestra un aumento gradual de emprendedores en la comunidad. Esto significa que la población emprendedora del *coworking*, si

continúa con el patrón, aumentará en los siguientes años (valores de coeficientes a y b positivos).

Adicionalmente, ImpaQto se diferencia por sus estrategias de crecimiento, es el único *coworking* que está a favor de fortalecer una red de *coworkings* y aumentar la superficie de sus instalaciones. Estas estrategias están relacionadas con el crecimiento de la cartera de clientes. A finales del 2016, ImpaQto comenzó a expandir sus instalaciones en Quito y también la construcción de un nuevo espacio en Cumbayá. Estas decisiones se basaron igualmente en el análisis del entorno, la apertura de nuevos negocios relacionados con los emprendimientos y el *coworking* hicieron un llamado a establecer estrategias competitivas y de crecimiento.

Por último, ImpaQto debido a su rápido auge ha logrado promocionar sus servicios en varios medios de comunicación, no solamente por redes sociales sino también en televisión, vallas publicitarias, prensa y fuerza de ventas. Estos medios se han interesado en ImpaQto por la nueva visión de trabajo que construyen en el país y por la diferenciación frente a otros espacios de *coworking*.

Después de analizar las variables diferenciadoras en servicios, crecimiento, promoción y estrategias se expondrán las variables que ImpaQto debe mantener para crecer y ayudar a sus emprendedores.

4.3.2 Análisis de resultados encuesta de ImpaQto: variables por mantener

Las variables que ImpaQto debe mantener para conservar su alta participación en el mercado y permitir el desarrollo del emprendimiento se presentan a continuación.

Los servicios que ofrece ImpaQto dentro de su espacio de *coworking* muestran variedad y generan diferentes oportunidades para todo tipo de emprendedores. La variedad puede satisfacer necesidades del emprendimiento de forma física (espacio de *coworking*, oficinas dedicadas, salas de reuniones), de forma laboral (aceleración de empresas, financiamiento, comunicación), pero a esto se suma la integración emocional y relacional entre los clientes del espacio (cafetería, mentorías, espacio de descanso y juegos, *pet friendly*). Conjuntamente, el mercado de interés del *coworking* no está limitado a un solo tipo de emprendimientos, sino que ImpaQto busca apoyar a empresas tecnológicas, comerciales y de servicios dirigidas por ambos

géneros con el fin de aumentar el impacto social, ambiental y cultural originado por estos emprendimientos.

Además, la frecuencia y diversidad de eventos que ImpaQto organiza anualmente atrae la atención de todos los emprendedores nuevos y nacientes de diferentes edades, sectores y géneros. La proporción de mujeres que participa en los eventos es similar a la de los hombres, por lo que se puede asegurar que el porcentaje de intención de emprender un nuevo negocio es igual para ambos géneros. Esta variable fortalece el concepto de equidad en el principal indicador de emprendimiento conocido como “intención de emprender”.

Como se mencionó previamente, ImpaQto es el único *coworking* que identificó como estrategia de crecimiento el fortalecer la red de *coworkings*. Esta posición se encuentra entre las variables por mantener porque sin duda en otros países como Colombia, México y España la cooperación entre los espacios permite crear innovadoras ideas de negocio. Asimismo, el crecimiento del sector de *coworkings* se debe al aumento en la demanda por parte de los emprendedores, todos los espacios concuerdan con el crecimiento de la demanda y con la intención de crecer en base a las estrategias expuestas en el subtema precedente.

Para finalizar sobre las variables por mantener es primordial analizar la pregunta sobre la influencia en la dinámica social ImpaQto. Su fundadora percibió que su influencia desarrolló una red de emprendimientos correlacionados, de los *coworkings* encuestados un 50% de ellos tienen esta percepción mientras que dos espacios notaron que su influencia tuvo poco impacto o influyó solamente con un impacto positivo.

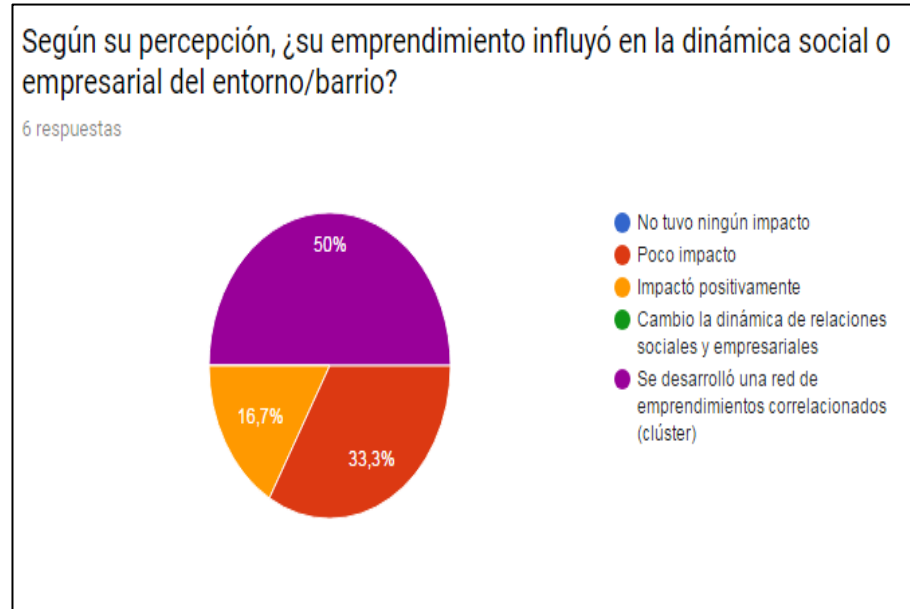


Figura 8: Respuesta de coworkings sobre influencia en la dinámica social

Fuente: (Encuesta a espacios de coworking en Quito, 2017)

La influencia de los *coworkings* sobre el entorno incentiva a los emprendedores a colaborar unos con otros, el *cluster* (grupo o equipo de personas) formado por los emprendedores neutraliza el miedo al fracaso e incentiva a demás personas a iniciar sus propios negocios. La dinámica de este grupo es fundamental para el aumento de proporciones en los indicadores de “intención de emprender” y la TEA.

4.3.3 Análisis de resultados encuesta de ImpaQto: variables por mejorar

Para concluir el estudio de la encuesta de ImpaQto, se observarán las variables por mejorar dentro del *coworking* para optimizar su desempeño.

En primer lugar, es necesario que ImpaQto piense en ampliar su estructura organizacional. Su equipo de trabajo en comparación con los demás espacios de *coworking* es numeroso, sin embargo su crecimiento físico y el de su demanda requiere que más áreas sean establecidas. El espacio físico es suficiente para la operación diaria de ImpaQto, mas sus estrategias de crecimiento sobre ampliar el espacio físico y abrir otra sucursal en Quito, demuestran que ImpaQto espera

recibir más clientes y trabajar con un mayor número de emprendimientos.

Las variables de espacio y estructura organizacional complementan la variable de obstáculos para la operación de ImpaQto. El problema identificado por su fundadora sobre no contar con el espacio propio limita el funcionamiento y crecimiento del *coworking*. Por otra parte, existe un alto nivel de inversión requerido que inhibe las actividades del espacio. Por esta razón ImpaQto refuerza su relación con alianzas estratégicas nacionales e internacionales, pero es necesario efectuar una investigación de mercado antes de lanzar un nuevo servicio conjuntamente con las alianzas, ya que tienen mayor experiencia y conocimiento del mercado. Esta herramienta otorgará mayor diferenciación y ventaja competitiva de la cartera de servicios de ImpaQto.

En contraste con la intención de emprender reflejada en la participación de mujeres en los eventos, encontramos que la proporción de emprendimientos femeninos en el *coworking* es menor al 20% de la comunidad. La comparación con otros espacios decreta que ImpaQto es uno los dos *coworkings* que tiene bajos porcentajes de emprendimiento femenino. La cantidad de emprendimientos femeninos en ImpaQto demuestra la brecha de la TEA entre hombres y

mujeres demostrada en la región. Sin embargo, los demás coworkings encuestados (66,7%) perciben que del total de sus clientes entre un 41% y 60% corresponden a emprendimientos femeninos.

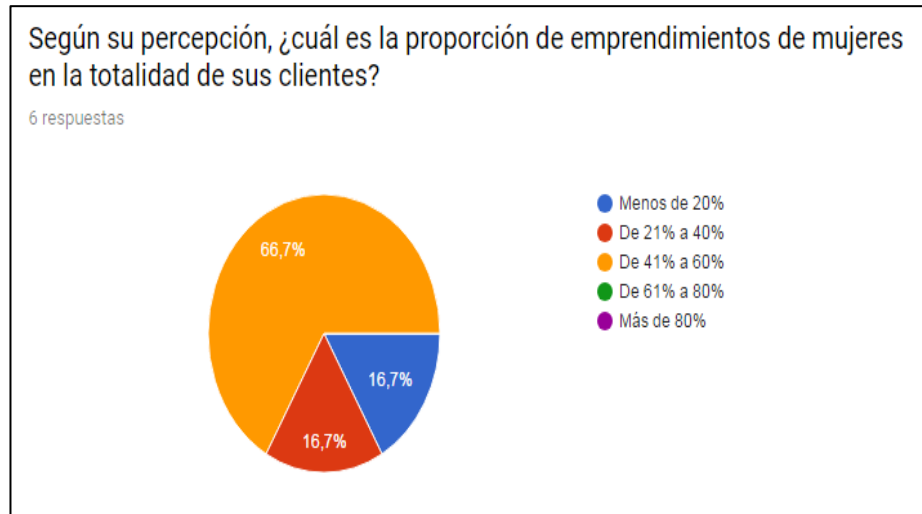


Figura 9: Respuesta de coworkings proporción emprendimientos femeninos

Fuente: (Encuesta a espacios de coworking en Quito, 2017)

La Actividad Emprendedora Temprana (TEA) aparenta estar conformada principalmente por emprendimientos masculinos en los *coworkings* del Distrito Metropolitano de Quito, pero la igualdad de género es perceptible en un 67% de la población de *coworkings* del estudio. Es posible que Quito, al ser uno de los *hotspots* de emprendimiento, influya más sobre la igualdad de emprendimientos de ambos géneros.

5. DIAGNÓSTICO DE CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO SEGÚN RESULTADOS DE ENCUESTAS

En este capítulo se desarrollarán dos conceptos identificados en el análisis de las encuestas de emprendimientos del estudio. En primer lugar, un análisis de los emprendimientos femeninos de ImpaQto investigará tres alternativas agrupadas en variables de características, incentivos para emprendedoras y variables de crecimiento. Por otro lado, para profundizar el diagnóstico de crecimiento del emprendimiento femenino, se analizarán algunas respuestas clave obtenidas por parte de toda la población de emprendedoras encuestadas en el estudio.

5.1 ANÁLISIS ENCUESTAS DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO

5.1.1 Análisis de resultados encuesta de emprendedores: variables de características de emprendimientos femeninos

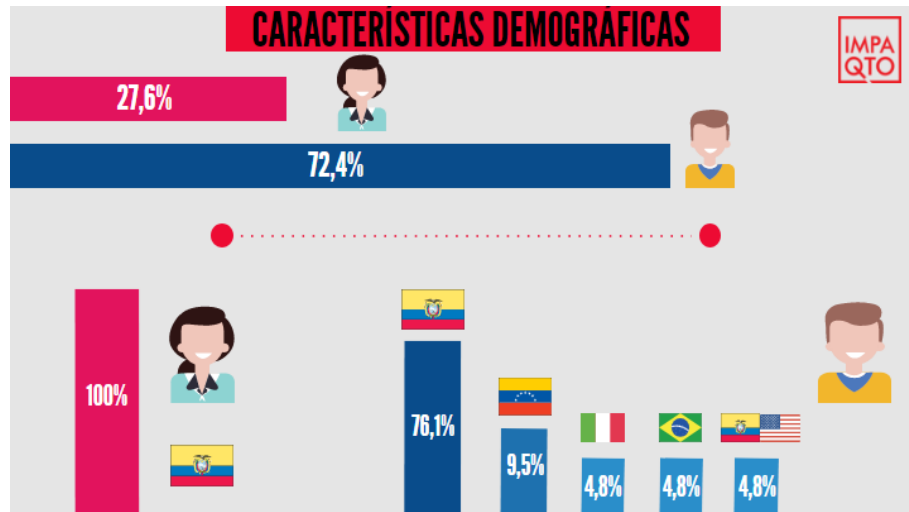
La población de emprendimientos en ImpaQto es una de las más numerosas de todos los espacios de *coworking* del Distrito Metropolitano de Quito. Por este motivo se encuestó a los

emprendimientos del espacio para la medición de crecimiento de este grupo. En este primer análisis de resultados, se observará la composición y características principales de los emprendimientos femeninos frente a la población total y en algunos casos se evaluará si el patrón de comportamiento es parecido u opuesto para ambos géneros.

La población total encuestada en el espacio de ImpaQto fue de 29 emprendimientos liderados por hombres y mujeres conocidos como *coworkers*. Dentro del grupo de variables de características se estudiarán varios indicadores que moldean los perfiles de emprendimientos y emprendedores.

En primer lugar las características demográficas que identifican a los emprendimientos de ImpaQto se pueden apreciar en las dos ilustraciones a continuación:

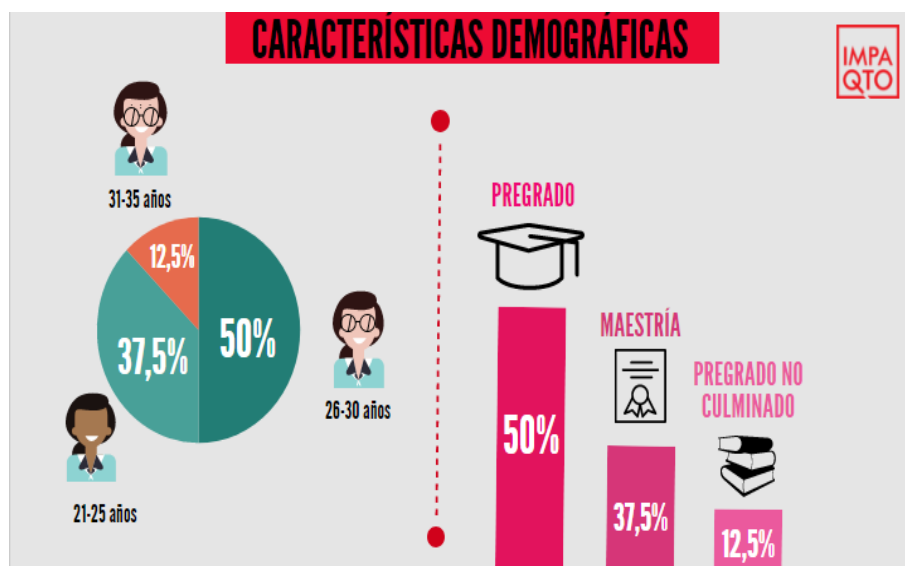
Ilustración # 7: Demografía de emprendimientos en ImpaQto en proporciones y nacionalidades



Elaboración: Antonella Medina

En la primera ilustración se puede notar la brecha justificada en el análisis de la encuesta de ImpaQto que menos del 20% de los *coworkers* son mujeres. Si bien el porcentaje de mujeres alcanza el 30% de la población emprendedora de ImpaQto, este es un llamado para fortalecer la igualdad género en la TEA. Además, sobre la baja proporción de mujeres se pudo constatar que el total son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que la población masculina del espacio tiene diversidad de culturas y nacionalidades.

Ilustración # 8: Demografía de emprendimientos femeninos en ImpaQto (edad y educación)



Elaboración: Antonella Medina

En esta segunda ilustración de características demográficas de los emprendimientos femeninos se aprecia la diversidad de edades y educación de este pequeño grupo. De un lado, el 50% de las emprendedoras se encuentran entre los 26 y 30 años de edad, mientras que la otra mitad está compuesta por mujeres de 21 a 25 años (37,5%) y de 31 a 35 años (12,5%). Desde una percepción inicial, las características de la población emprendedora femenina en comparación con el otro género son muy distintas.

Dentro de las características sectoriales de los emprendimientos femeninos se puede analizar que estos están distribuidos

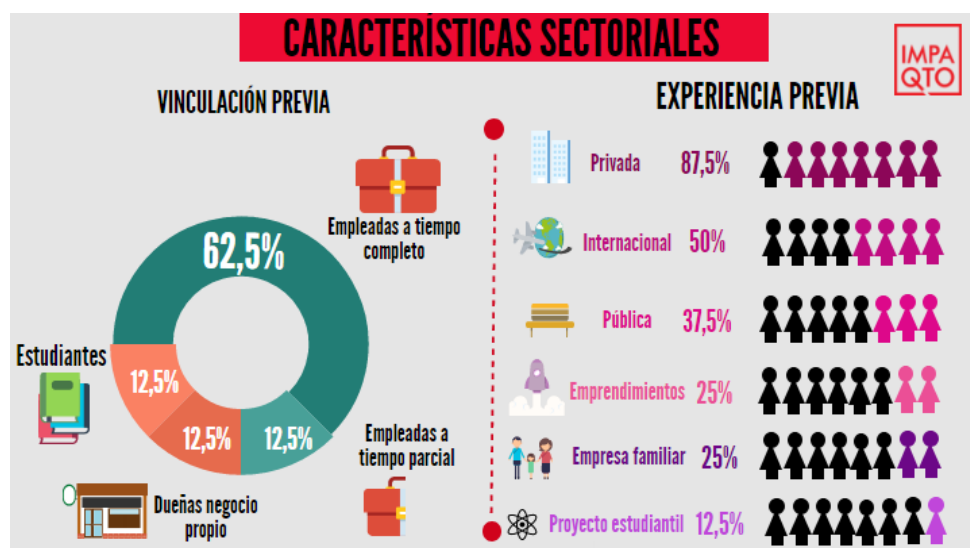
equitativamente en las ramas de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU), no obstante al realizar una agrupación de las actividades en un “aglomerado sectorial” se constata que el 62,5% de los emprendimientos femeninos de ImpaQto desarrollan su labor en la rama de servicios, mientras que el segundo lugar lo ocupa el sector industrial con 25% de la población femenina de ImpaQto, y en el último lugar está la comercialización de productos con el 12,5% de emprendimientos.

Por esta razón, los temas de capacitación adicional adquiridos por las mujeres emprendedoras del *coworking* complementan su línea de negocio de servicios. Entre las capacitaciones más comunes se encuentran talleres de *networking*, creación de empresas, herramientas de diseño, mentorías e innovación y desarrollo; la mitad de la población ha recibido estas nuevas formaciones y es posible identificar por medio de esta variable que existe una gran diversidad de conocimientos prácticos relacionados con temáticas de emprendimiento.

La ilustración 9 identifica características sectoriales de vinculación y experiencia previas a la creación de los emprendimientos femeninos de ImpaQto. Más de la mitad de las mujeres del espacio fueron empleadas

a tiempo completo antes de crear su propio negocio (62,5%), mientras que las demás emprendedoras tuvieron un empleo a tiempo parcial, fueron estudiantes o tuvieron un negocio propio (12,5% para cada una de las variables).

Ilustración # 9: Características sectoriales de vinculación y experiencia previa emprendimientos femeninos



Elaboración: Antonella Medina

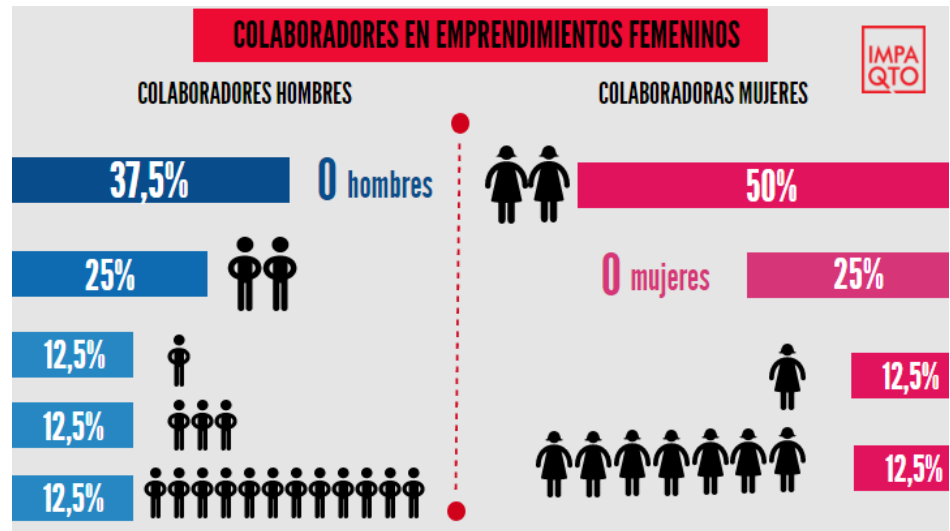
En cuanto a la experiencia previa de las mujeres del *coworking*, un 87,5% trabajó en el sector privado y la mitad cuenta con experiencia internacional, es decir que han trabajado en otros países. Los porcentajes disminuyen en las categorías de empresas públicas, emprendimientos previos, empresas familiares y proyectos estudiantiles. Pero es necesario mencionar que aquellas personas que

reconocieron haber realizado emprendimientos previos experimentaron con 1 o 2 emprendimientos antes de crear su negocio actual.

Para finalizar el análisis de características de los emprendimientos femeninos de ImpaQto se identificaron variables enlazadas con características funcionales de los negocios. En primer lugar, el número de productos o servicios ofrecidos por los emprendimientos se encuentra entre 1 y 5 pero con un porcentaje más alto en la opción de 2 productos. Sus emprendedoras dedican tiempo al emprendimiento al igual que un trabajo a tiempo completo y es común que un emprendimiento femenino trabaje con más colaboradoras mujeres que hombres. Según la gráfica 10 se puede comparar el contraste existente entre la preferencia de colaborar con personas del mismo género y el ausentismo de colaboradores hombres en los emprendimientos femeninos del *coworking*.

La igualdad de género fomenta oportunidades para mujeres y hombres en el sector laboral, pero es necesario que los emprendedores de ambos géneros formen equipos de trabajo igualitarios que permitan eliminar esta brecha en la población emprendedora.

Ilustración # 10: Características funcionales colaboradores masculinos y femeninos en emprendimientos femeninos



Elaboración: Antonella Medina

De acuerdo con los resultados obtenidos en base a la prueba no paramétrica Chi Cuadrado, las proporciones de emprendimientos de hombres y mujeres del espacio de *coworking* ImpaQto no tienen el mismo número de colaboradores de ambos géneros. Es notorio que los emprendimientos femeninos marcan una gran diferencia en cuanto al trabajo conjunto realizado con hombres y mujeres. ([Ver Anexo 4](#))

Además, las características financieras de los emprendimientos se asemejan a los del espacio de *coworking*, es decir que en su mayoría obtuvieron financiamiento por la venta de sus productos y por fondos propios. Los ingresos obtenidos por los emprendimientos femeninos de

ImpaQto también corresponden a fondos propios o ahorros de los emprendedores.

Finalmente, los principales medios de promoción utilizados por las emprendedoras son redes sociales, páginas web, ferias y eventos. Está claro que estos métodos de promoción son los más utilizados por los emprendimientos debido a su bajo costo y fácil acceso. En la actualidad el poder del cliente también permite promocionar las marcas. El boca a boca es una de las herramientas del marketing más utilizadas en el canal C2C y es el principal medio que respalda a los emprendedores.

Finalmente, después del análisis de las variables denominadas como características de los emprendimientos femeninos es posible detallar el perfil de los emprendimientos femeninos de ImpaQto. Las emprendedoras son mujeres jóvenes ecuatorianas entre 21 y 30 años, y su formación alcanza títulos de primer y segundo nivel universitario. Además, sus emprendimientos pertenecen al sector de servicios, su cartera está compuesta por 2 tipos de productos. Las mujeres *coworkers* tuvieron experiencia mayoritariamente como empleadas privadas a tiempo completo y experiencia internacional. Para ellas es preferible la colaboración con personas del mismo género. Por último,

la principal fuente de recursos es propia de las emprendedoras y sus herramientas de marketing son generalmente digitales.

5.1.2 Análisis de resultados encuesta de emprendedores: variables de incentivos para emprendedoras

Las encuestas realizadas a los emprendimientos de ImpaQto identifican variables relacionadas con incentivos percibidos por los *coworkers*. Estos incentivos forman parte de la motivación de los emprendedores para seguir con sus ideas y arriesgarse en la toma de decisiones. Siguiendo la misma dinámica, los incentivos están divididos en tres grupos: capacitaciones laborales, operativos y de pertenencia.

En el primer conjunto de incentivos se encuentran aquellos que motivan la vida y capacitación laboral de las emprendedoras del espacio. Las mujeres al estar involucradas en el sector de servicios requieren capacitación en temas relacionados a su sector, entre las más comunes están las plataformas colaborativas y asesoramiento legal; sin embargo, muestran interés en talleres de exportación e importación vinculados a sus operaciones y posibles alianzas internacionales. Los eventos realizados en ImpaQto tienen acogida por la mitad de población femenina una vez al mes, mientras que un porcentaje

significativo no está involucrado (37,5%) y las demás mujeres asisten rara vez.

La variable de capacitación laboral más importante obtenida en la encuesta está relacionada con la pertenencia a una red de emprendimiento. La mayoría de la población femenina del *coworking* está interesada en ser parte de una red, y principalmente lo que buscan obtener de esta es impulsar innovaciones en su cartera de productos o servicios e intercambiar experiencias de gestión organizacional. En el Ecuador, ya existe una red femenina emprendedora conocida como Red Mujer Emprendedora Ecuador, fue fundada en el año 2013 y poco a poco obtuvo mayor reconocimiento gracias a las alianzas estratégicas establecidas con los espacios de *coworking* como ImpaQto.

Por otra parte, los incentivos clasificados como operativos reflejan factores que influenciaron a los emprendimientos femeninos para formar parte de ImpaQto. Las variables que obtuvieron altos porcentajes de respuesta fueron: el atractivo del espacio físico (75%), Networking (75%) y costos operativos reducidos (62,5%). En estos factores de decisión existe una considerable diferencia entre las respuestas de ambos géneros.

Podemos señalar que para los emprendimientos masculinos existen factores con mayor influencia sobre las decisiones de ingreso a ImpaQto. En primer lugar, las mujeres escogieron 7 factores de decisión sobre 10 opciones, de los cuales solo 3 factores sobrepasan el 50% de la población. Contrario a esto, los hombres nombraron 11 factores y sus porcentajes más altos (superiores al 50%) abarcan 6 opciones.

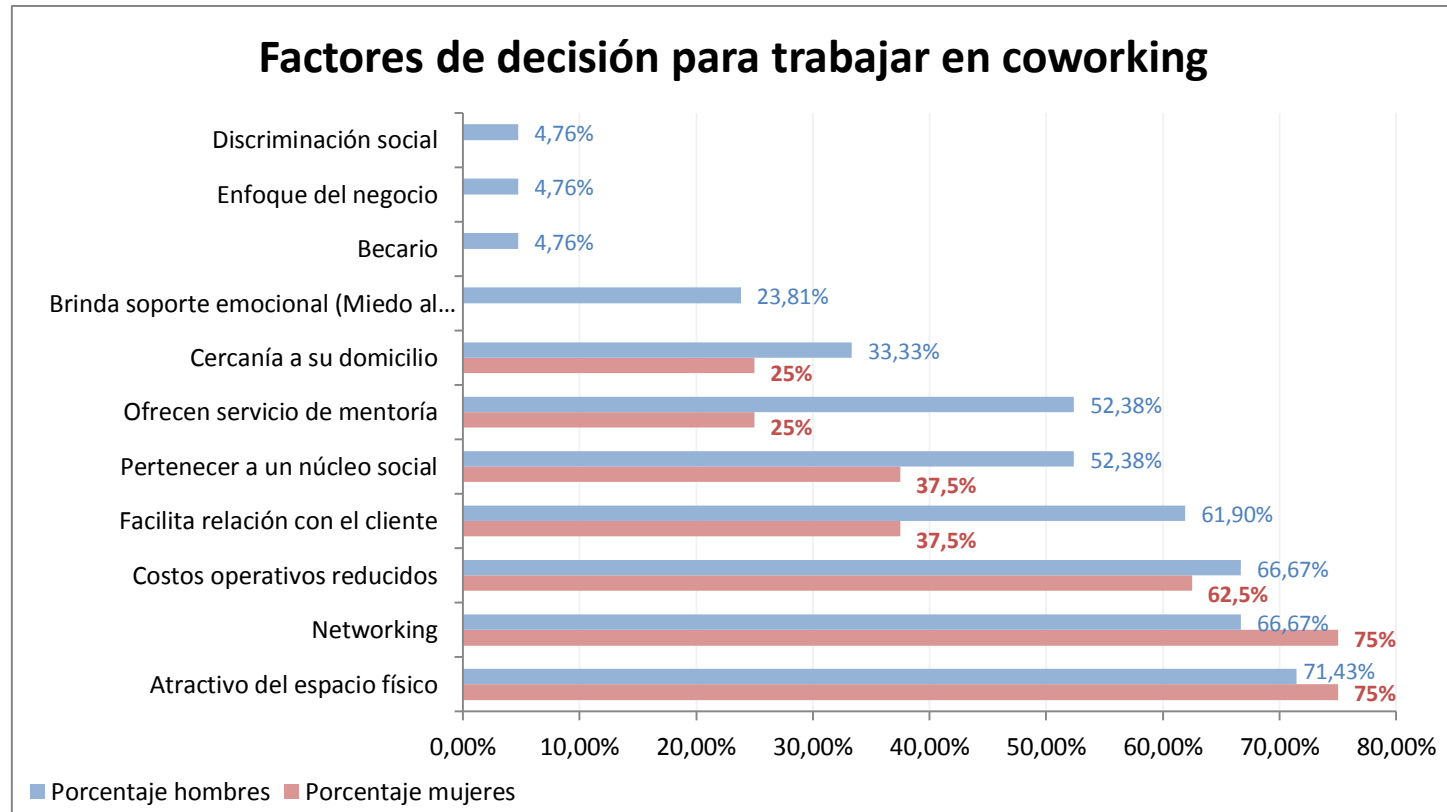


Figura 10: Factores de decisión para trabajar en coworking (proporciones masculinas y femeninas)

Elaboración: Antonella Medina

Por otra parte, los temas elegidos por los emprendimientos masculinos que no manifiestan relevancia para las mujeres son: facilitar relación con el cliente, pertenecer a un núcleo social y ofrecer servicio de mentoría. En el gráfico anterior se distingue la diferencia de proporciones, algunas desigualdades son más pronunciadas que otras.

Los incentivos para ambos géneros son distintos, sin embargo no es la cantidad de factores de decisión que impulse a las personas a tomar riesgos, sino la causa clave que permite aumentar el porcentaje del indicador “intención de emprender” en la población femenina.

Los incentivos operativos están sujetos a las actividades diarias que el espacio de *coworking* ha solucionado para los emprendedores. La totalidad de la población femenina del espacio reconoce que el *coworking* ha facilitado sus operaciones al ofrecer un espacio para trabajar, no obstante las cifras descienden a 50% y 37,5% de la población en los siguientes componentes: deficiencias en infraestructura propia del entorno (50%), falta de socios comerciales y consumidor poco informado (37,5%). Para la población femenina es importante respaldar su seguridad, en el espacio de *coworking* existen pocos incentivos operativos que faciliten el funcionamiento diario de los emprendimientos. Por esta razón es necesario que IMPAQTO otorgue un trato preferencial a los emprendimientos que forman parte

de su comunidad, a través de un espacio para promocionar sus productos o servicios y orientarlos hacia nuevos socios estratégicos.

Finalmente, el grupo de incentivos de pertenencia son trascendentales debido a su alta influencia en el pensamiento de todos los emprendedores. La mujer, persona altamente emocional, está pendiente de los comentarios de su entorno cercano, y en base a los números, la mayoría de familiares y amigos están totalmente de acuerdo con su trabajo en el espacio de *coworking*. Al igual que este grupo, a los clientes de los emprendimientos femeninos les agrada ser atendidos en ImpaQto.

Los incentivos de pertenencia exponen la afinidad que tienen las emprendedoras con los propietarios de ImpaQto y con los demás *coworkers*. De acuerdo con la prueba Chi Cuadrado, las muestras de hombres y mujeres tienen relaciones diferentes con los dueños del *coworking*. Más de la mitad de las mujeres emprendedoras reconocen que su relación es cordial y amistosa, mientras que las demás consideran que solo se proporciona el espacio y servicio, nada más. Pero la población masculina considera que las relaciones son cordiales y amistosas con Peralvo y Arévalo, directoras generales de IMPAQTO, un 24% considera que son como una familia. (Ver Anexo 5)

La motivación de las emprendedoras aumenta cuando consideran a los demás *coworkers* como aliados estratégicos, amigos y sus posibles clientes. Las relaciones interpersonales entre personas que viven la misma experiencia emprendedora es un fuerte incentivo psicológico para los emprendedores.

Los diferentes conjuntos de incentivos son esenciales para aumentar el número de emprendedores en la población quiteña. Los incentivos de capacitación laboral influyen en la formación de las mujeres emprendedoras, los operativos reconocen los intereses de trabajar en el espacio de *coworking*, y los de pertenencia definen los vínculos con los agentes involucrados en el espacio.

5.1.3 Análisis de resultados encuesta de emprendedores: variables de crecimiento de emprendimientos femeninos

El trabajo de investigación está enfocado en responder objetivos específicos sobre funciones, características e incentivos de los emprendimientos del espacio de *coworking* ImpaQto, pero el objetivo principal es diagnosticar el crecimiento de emprendimientos femeninos en el DMQ. En este subtema se analizarán las variables de crecimiento

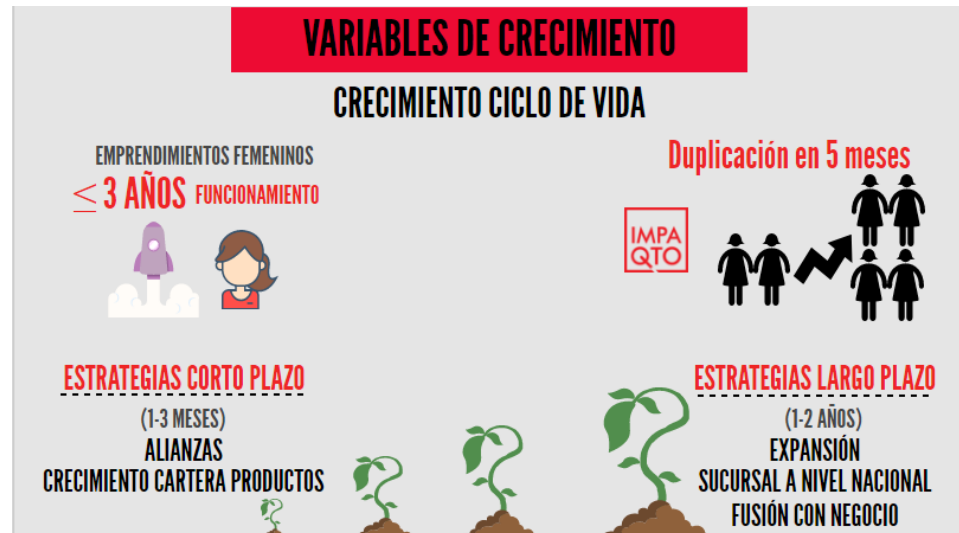
como: crecimiento del ciclo de vida, crecimiento colaborativo, e influencia sobre el entorno -que pueden estar asociadas a una propagación de emprendimientos femeninos en la ciudad.

En primer lugar se encuentran las variables de crecimiento del ciclo de vida de los emprendimientos. El tiempo de funcionamiento entre emprendimientos masculinos y femeninos parece tener el mismo esquema, una gran mayoría de empresas fueron constituidas hace 3 años. Sin embargo, existen emprendimientos femeninos que no superan este periodo, pero en el caso de los emprendimientos masculinos un 30% sobrepasa los 4 años de funcionamiento.

El funcionamiento en la modalidad *coworking* es totalmente diferente entre ambos emprendimientos, existe uniformidad en el tiempo de funcionamiento de los emprendimientos dirigidos por hombres. Contrario a las *startups* femeninas que están divididas en dos periodos: 6 meses y 1 mes de labor en el espacio. Estas dos variables presentadas demuestran que el año 2014 fue un periodo clave para la constitución de emprendimientos femeninos en el DM y es posible deducir que el porcentaje de mujeres en un periodo de 5 meses duplicó su presencia en el *coworking*.

En un futuro, los emprendimientos perciben perspectivas de crecimiento en cuanto a alianzas estratégicas con socios nacionales y extranjeros. Un 87,5% de las mujeres coinciden en que esta opción es la más importante para el crecimiento de sus emprendimientos. Adicionalmente a este alto porcentaje, las emprendedoras también buscan expandir el portafolio de productos y servicios que ofrecen. Estas perspectivas de crecimiento son consideradas para el corto plazo, y a largo plazo algunas mujeres buscarían aumentar la superficie de sus instalaciones, abrir otra sucursal a nivel nacional o fusionarse con otro negocio. Las variables de crecimiento periódico muestran que los emprendimientos femeninos de ImpaQto se encuentran en una etapa de nacimiento según el ciclo del emprendimiento. Cumplen con las características temporales (menos de 3,5 años) y funcionales (pocos aliados y cartera de productos); por este motivo son mujeres conocidas como emprendedoras nuevas pertenecientes a la TEA.

Ilustración # 11: Resumen variables de crecimiento del ciclo de vida de emprendimientos femeninos ImpaQto



Elaboración: Antonella Medina

En segundo lugar, las variables de crecimiento colaborativo sustentan la evolución de los emprendimientos femeninos. Los proyectos en su etapa inicial en su mayoría contaban con el apoyo de 0 a 10 colaboradores, sin embargo en el año 3 se observa que un 50% de los emprendimientos femeninos mantiene este rango mientras que la otra mitad supera los 30 colaboradores. El aumento de colaboradores significa que los emprendimientos precisan de ayuda externa por aumento de tareas, clientes y funciones.

Por otro lado, la colaboración entre emprendedores para la mitad de las mujeres influye positivamente para beneficiarse, crecer o mantenerse

en el mercado. Solo un 37,5% de ellas afirma que es un factor decisivo para el crecimiento o permanencia en el mercado. Como emprendimientos nacientes, es necesario fortalecer la relación de los emprendedores con sus colaboradores, porque las nuevas emprendedoras podrán adquirir nuevas destrezas y perder el miedo al fracaso al escuchar las anécdotas de otros emprendedores.

Como tercera variables se encuentra la influencia sobre el entorno. El mayor porcentaje de mujeres (62,5%) desconoce si su emprendimiento ha tenido influencia sobre otras personas para incentivarlos a emprender. Pero un 25% de los emprendimientos femeninos reconoce que influyó mayoritariamente en otras mujeres para crear sus propios negocios. Aunque no exista una gran influencia, este es un indicador de que si existen mujeres que canalizan al emprendimiento femenino a su auge.

Sin embargo, la dinámica social o empresarial sobre el entorno demuestra que los emprendimientos femeninos no tuvieron ningún impacto, esto se justifica por el hecho de ser emprendimientos nuevos. Un pequeño porcentaje de sus proyectos impactaron positivamente y el resto tuvo poco impacto en el entorno. Los dos índices de impacto revelan que no existe todavía empoderamiento de los emprendimientos femeninos en la población económicamente activa, pero un pequeño

grupo de mujeres actúa como difusor de oportunidades para emprender.

Por último, la variable de influencia sobre el entorno se fortalece en base al análisis de los negocios abiertos aledaños al espacio de *coworking*. La mitad de las emprendedoras desconocen de lugares inaugurados en relación a la creación de ImpaQto, pero 50% de las mujeres emprendedoras saben cuáles establecimientos de alimentación abrieron alrededor del espacio. Menores proporciones de mujeres han notado implementación de servicios públicos y apertura de establecimientos que son la competencia directa de ImpaQto. Esta diferencia se debe al poco tiempo que los emprendimientos femeninos están en la modalidad de *coworking*.

5.2 ANÁLISIS GLOBAL ENCUESTAS DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS

El análisis global de las encuestas de emprendimientos femeninos que se realizará en estos últimos subtemas está dividido en los tres temas principales identificados anteriormente sobre crecimiento: ciclo de vida, colaborativo y e

influencia sobre el entorno. El total de emprendimientos encuestados en los *coworkings* del DMQ fue de 56, de los cuales un 70% se denominan como un emprendimiento masculino (39 hombres) y un 30% corresponden a emprendimientos liderados por mujeres (17 mujeres).

5.2.1 Análisis de resultado global encuesta de emprendedores: variables de crecimiento del ciclo de vida de los emprendimientos femeninos

Al igual que los subtemas anteriores, en el estudio se identifican variables de crecimiento del ciclo de vida, es decir el tiempo que los emprendimientos llevan funcionando y están en la modalidad de *coworking*. En primer lugar, los emprendimientos femeninos de los *coworkings* del proyecto siguen el mismo patrón de comportamiento descrito para los emprendimientos de ImpaQto. La mayoría tiene menos de 3 años de funcionamiento en el mercado, el grupo de emprendimientos femeninos encuestados está dividido en 2 periodos de tiempo, el primero y más numeroso tiene 2 años de funcionamiento (35%) y el segundo con un 23% fue constituido desde hace 3 años.

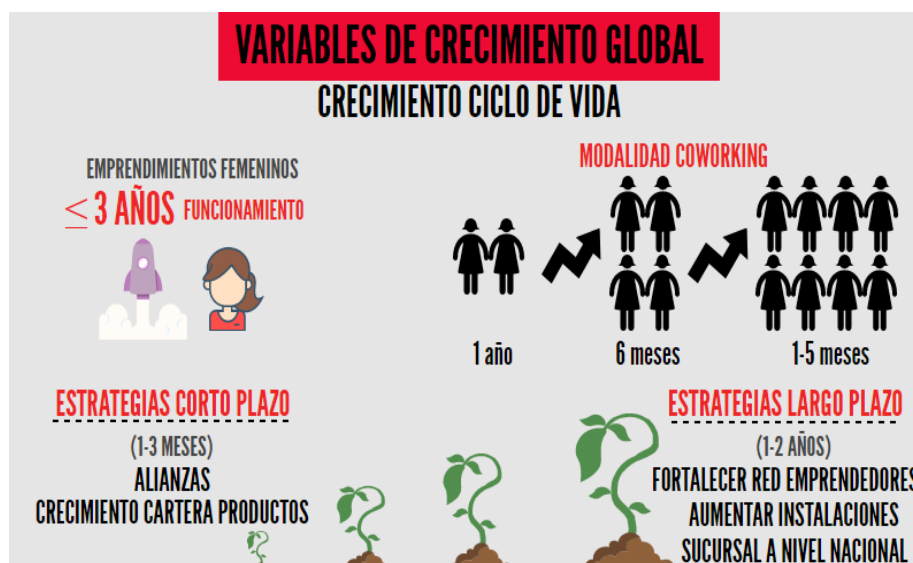
A diferencia del grupo femenino, existe una gran diferencia con los emprendimientos masculinos del estudio. Su división es más variada en cuanto al tiempo de funcionamiento, pero se observa que la

población de emprendimientos se encuentra sobre los 3 años de funcionamiento con altos porcentajes en 3, 4, 10 y 20 años de creación de las empresas. ([Ver Anexo 7](#))

En la población global se puede observar una brecha aún mayor sobre la población masculina y femenina emprendedora. Sin embargo, la masificación de la actividad temprana emprendedora (TEA) de mujeres nace en el año 2014 como fue indicado para los emprendimientos femeninos de ImpaQto.

En segundo lugar, el tiempo de los emprendimientos femeninos en los diferentes espacios de *coworking* se divide en dos periodos importantes. El porcentaje más alto corresponde a 43% de las mujeres que trabajan en el espacio de *coworking* desde 6 meses atrás. Una segunda proporción muestra que el 19% de los emprendimientos femeninos están por cumplir 1 año en su espacio de *coworking*. En los últimos meses, las proporciones de mujeres varían en periodo corto y se demuestra que el número de mujeres *coworkers* aumenta constantemente.

Ilustración # 12: Variables de crecimiento del ciclo de vida global de los emprendimientos femeninos encuestados



Elaboración: Antonella Medina

Finalmente, la variable de percepciones de crecimiento rescata dos respuestas de estrategias de crecimiento a corto plazo para los emprendimientos femeninos encuestados: alianzas estratégicas con socios nacionales y extranjeros y la expansión de su cartera de productos (82% y 65% respectivamente). No obstante, las estrategias de crecimiento a largo plazo varían con respecto a las estrategias obtenidas en las encuestas de los emprendimientos femeninos de ImpaQto. Las mujeres de la población global encuestada establecen que fortalecer la red de emprendedores es una estrategia para lograr aumentar su participación en el mercado. Además, las estrategias de crecimiento físico como aumentar la superficie de sus instalaciones y

abrir una sucursal a nivel nacional están consideradas en este grupo de largo plazo.

5.2.2 Análisis de resultado global encuesta de emprendedores: variables de crecimiento colaborativo de emprendimientos femeninos

El crecimiento colaborativo alrededor de los emprendimientos femeninos demuestra que las empresas aumentan sus tareas y están en proceso de expansión. Es visible que los emprendimientos femeninos con más tiempo en el mercado aumentaron el número de colaboradores. La mayoría de emprendedoras en su inicio tuvieron menos de 10 colaboradores; en el primer año de funcionamiento el 60% de los emprendimientos femeninos mantenían este número de colaboradores, mientras que el 30% de las mujeres emprendedoras tuvieron más de 30 colaboradores y el 10% tuvo de 21 a 30 colaboradores.

Sin embargo en el segundo año de funcionamiento, la mitad de los emprendimientos continuaron trabajando con menos de 10 colaboradores pero la otra mitad contó con más de 30 colaboradores. En el caso de los emprendimientos que tienen 3 años de funcionamiento el 66% tiene un número de colaboradores entre 0 y 10,

mientras que el 34% restante colabora con más de 30 personas. Estas últimas cifras se replican en el número actual de colaboradores de los emprendimientos femeninos encuestados. ([Ver Anexo 7](#))

Para comprobar el crecimiento colaborativo es necesario conocer lo que piensa la población emprendedora femenina acerca de la colaboración con otros emprendedores. Esta variable es clave porque la colaboración interpersonal permite que los emprendimientos crezcan en conocimientos y amplíen su red de contactos. Los resultados obtenidos en las encuestas globales indican que el 65% de las mujeres consideran a la colaboración como un hecho que influye positivamente en el crecimiento o mantenimiento dentro del mercado. Solo un 24% piensa que es un factor decisivo para crecer y el 11% comenta que no influye en factores de crecimiento.

En la siguiente figura se observan las respuestas obtenidas en base a la pregunta de colaboración entre emprendimientos por parte de ambos géneros. Los dos grupos tienen la misma percepción de colaboración con otros emprendedores, pero la diferencia es que el 10% de los hombres piensa que la colaboración tiene poca influencia.

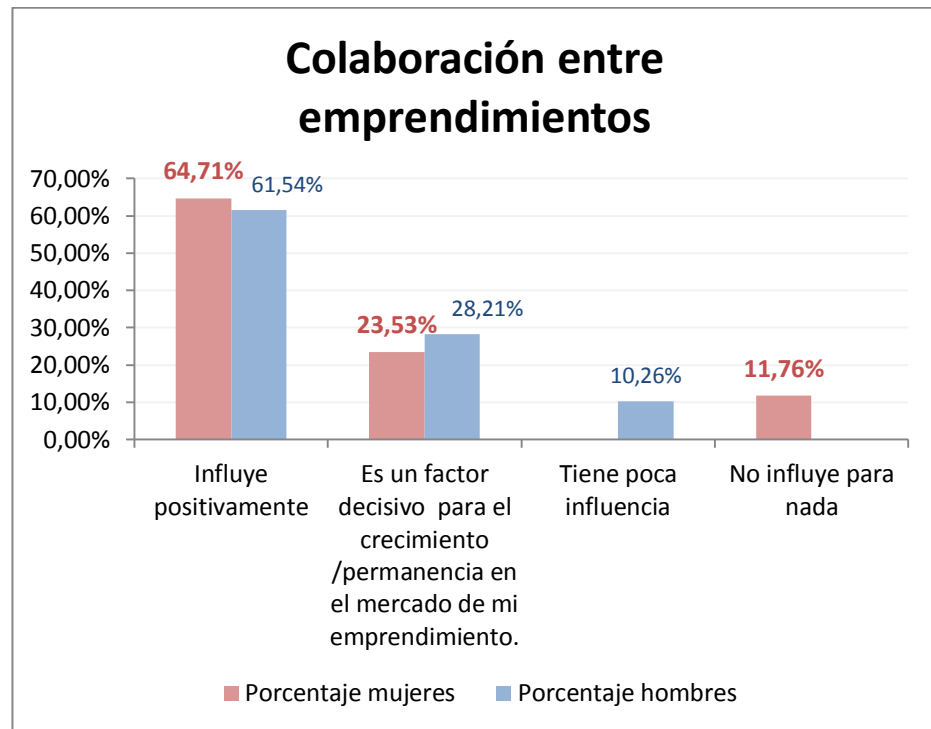


Figura 11: Percepción de la colaboración entre emprendimientos

Elaboración: Antonella Medina

Como se desarrolló previamente, la colaboración si es un factor esencial para el crecimiento o permanencia en el mercado, ya que los conocimientos y experiencia compartida pueden disminuir los riesgos de fracaso de los nuevos emprendimientos.

5.2.3 Análisis de resultado global encuesta de emprendedores: variables de crecimiento del entorno de emprendimientos femeninos

Las últimas variables del estudio están relacionadas con la influencia sobre el entorno. Estas permiten evidenciar el grado de influencia sobre otras personas, la dinámica social o empresarial de los emprendimientos femeninos en el entorno y que el crecimiento del sector emprendedor del DMQ también dinamiza los demás sectores cercanos a los espacios de *coworking* del estudio.

En primer lugar, la variable de influencia sobre otros emprendedores permite conocer el grado de motivación que emiten los emprendedores a la población con intención en emprender. Los resultados obtenidos en las encuestas de los emprendimientos reflejan que la mitad de la población femenina desconoce su grado de influencia sobre potenciales emprendedores. Mientras que un 35% reconoce haber influenciado mayoritariamente a otras mujeres a emprender. Solo un 5% dice haber motivado a ambos géneros por igual y un 11% no ha podido incentivar a otras personas a emprender.

La población masculina en base a esta variable de influencia demuestra un comportamiento totalmente diferente. La mitad sabe que ha influenciado por igual a hombres y mujeres, un 10% conoce que fue

mayoritariamente una influencia sobre mujeres y un 12% sobre hombres. Es un bajo porcentaje de emprendedores masculinos que desconocen si su motivación impulsó a otros a crear sus propios negocios. (Ver Anexo 7)

Como segunda variable de crecimiento del entorno se encuentra la influencia en la dinámica social o empresarial del entorno. Los emprendimientos femeninos del estudio contestaron de la siguiente forma: un 56% no tuvo ningún impacto, 31% de los emprendimientos femeninos impactaron positivamente sobre el entorno y el 12,5% generó poco impacto en la dinámica social-empresarial. Estas percepciones demuestran que no existe un vínculo fuerte entre los emprendimientos de los espacios de *coworking* y tampoco con los demás negocios que se encuentran a su alrededor. Sin embargo, el pequeño grupo que confirma su impacto positivo es conocido como el factor conductor del éxito de los demás emprendimientos y negocios.

Finalmente, el crecimiento de los emprendimientos en el DMQ también genera crecimiento de negocios aledaños. Más de la mitad de las mujeres ignoran la apertura de nuevos negocios alrededor del espacio de *coworking* al que pertenecen (70%). Pero quienes han percibido la apertura de negocios notaron que aumentó el número de establecimientos de alimentación (23,5%), creció el número de la

competencia directa de los espacios de *coworking* (11,7%) e incrementó el número de servicios públicos (5,8%) como paradas de buses, estación de policía, parqueaderos, entre otros.

La población masculina percibe el mismo crecimiento en relación a los negocios mencionados anteriormente. Más de la mitad no sabe sobre nuevos negocios aledaños a los espacios de *coworking*. El 30% de ellos sabe que se abrieron establecimientos de alimentación, 13% afirma que existen más espacios de *coworking* alrededor y aumento de servicios públicos. Un pequeño porcentaje (2,6%) conoce sobre la apertura de lavanderías, bancas de barrio y demás servicios que satisfacen las necesidades de los emprendedores.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo de investigación con respecto a los espacios de *coworking* y al emprendimiento femenino, se concluye lo siguiente:

- El término *coworking* y los espacios de trabajo compartido alrededor del mundo y a nivel nacional forman un nuevo sistema y estructura de trabajo, que permite crear empleo y emprendimientos con alto potencial en el mercado. La propagación de esta nueva tendencia de trabajo cautiva el interés de emprendedores de ambos sexos y en el Ecuador, entre los años 2015 y 2016, el número de espacios de *coworking* aumentó rápidamente.
- Ecuador es un país con altos índices de actividad emprendedora. Los puntos calientes o *hotspots* del emprendimiento se encuentran en las principales provincias del país: Pichincha, Guayas, Azuay y Loja. Por este motivo, el gobierno ecuatoriano estableció incentivos tributarios que benefician en gran porcentaje a los emprendimientos nuevos y nacientes, que son desarrollados en su mayoría por personas naturales. Además, en los últimos años se creó una agencia de incentivos no

tributarios dirigida hacia los emprendedores, ellos pueden encontrar beneficios como capital semilla y fideicomisos para la exportación de sus bienes.

- En los últimos años, los espacios de *coworking* han aumentado su participación en el mercado. La necesidad de emprender es una de las principales causas del crecimiento de este sector, los emprendedores nuevos y nacientes buscan reducir sus costos mientras su negocio comienza a generar utilidades. El mercado se vuelve competitivo con la presencia de nuevos *coworkings* que proporcionan servicios innovadores e instalaciones en lugares estratégicos.
- Las actividades y crecimiento del *coworking* ImpaQto son un gran ejemplo del apoyo que existe por parte de empresas públicas y privadas del país. La colaboración de grandes, medianas y pequeñas empresas junto con el trabajo de los emprendedores de la comunidad, permiten que ImpaQto tenga éxito en el sector del emprendimiento social. El trabajo del *coworking* fomenta la inclusión desde diferentes perspectivas como género, etnias y discapacidad, por ello se puede apreciar que el apoyo al emprendimiento femenino es uno de los objetivos colaterales de ImpaQto.

- ImpaQto es uno de los espacios de *coworking* más grandes de la ciudad de Quito, en base al estudio realizado con las herramientas de investigación sobre los *coworkings* se obtuvieron variables relacionadas con temas de diferenciación del espacio, variables por mantener e indicadores por mejorar. En el caso de ImpaQto, existe un gran número de variables de diferenciación, entre las más importantes se encuentran los servicios, estrategias de crecimiento y cartera de clientes. A su vez, el conjunto de indicadores por mantener también es numeroso, en este grupo se rescata la diversidad de servicios, variedad de eventos y la influencia de ImpaQto sobre la dinámica social y empresarial del entorno.
- El estudio realizado sobre los emprendimientos femeninos que utilizan el espacio de *coworking* IMPAQTO presentó variables relacionadas a sus características, incentivos percibidos y crecimiento. Muchos de estos emprendimientos siguen la misma tendencia en cuanto a sus características (sector empresarial y demografía). Por otra parte, los incentivos más significativos fueron el atractivo del espacio físico, networking y la posible pertenencia a una Red de emprendimiento exclusiva para mujeres. Como variables de crecimiento se encontró que el tiempo de funcionamiento es corto; sin embargo, existió aumento de la población femenina en el *coworking* y todos los emprendimientos cuentan con estrategias de crecimiento.

- El trabajo de investigación analizó la población femenina de ImpaQto y las respuestas de mujeres emprendedoras de algunos espacios de *coworking* del Distrito Metropolitano de Quito. Se determinó que ImpaQto en su labor promueve la generación de nuevos espacios para mujeres emprendedoras y alienta la creación de sus propios negocios. Existe paralelismo entre el crecimiento experimentado por ImpaQto desde el año 2014 y la mayoría de emprendimientos femeninos de los espacios de *coworking* del estudio; se verifica que poco a poco aumenta el número de colaboradores y alianzas para el *coworking* y las empresas femeninas.
- El proyecto de investigación puso en comparación emprendimientos femeninos y masculinos determinando así que las variables de estructura y pertenencia son completamente diferentes para ambos géneros. La composición de colaboradores es distinta dentro de un emprendimiento femenino o masculino, y existe mayor empatía entre emprendedores hombres y las propietarias de ImpaQto. A nivel global, se comprobó que el emprendimiento masculino y femenino experimentaron crecimiento, sin embargo las mujeres tienen dificultad en reconocer su potencial e influencia sobre esta nueva iniciativa laboral conocida como emprendimiento.

6.2 RECOMENDACIONES

Junto con las conclusiones definidas en la sección anterior, la investigación también permitió construir opciones para fortalecer la actividad emprendedora del país:

- Debido al crecimiento de los espacios de *coworking* alrededor del mundo y en el Ecuador, es necesario crear una red de *coworkings* a nivel nacional e internacional que fortalezcan la formación de emprendimientos en todos los campos de la actividad económica. La vinculación de estos espacios proporcionará mayores beneficios para los *coworkings* y para los emprendedores con visión internacional.
- Si bien existe un apoyo por parte de la empresa privada, los incentivos públicos para los emprendimientos deben mejorar desde varios ámbitos. Con la creación de la Alianza para el Emprendimiento e Innovación varios emprendedores pueden recibir incentivos financieros y administrativos, pero es necesario fortalecer esta agencia en temas de comunicación, desarrollo y tecnología. A futuro esta agencia debería generar nuevas alianzas para sostener los gastos invertidos en los incentivos. Las instituciones del Estado y multinacionales ofrecen grandes oportunidades de negocio.

- El crecimiento del sector de *coworkings* en las principales ciudades del país es uno de los acontecimientos más próximos dentro de la economía ecuatoriana. Por esta razón, se aconseja a las instituciones reguladoras identificar y realizar sondeos sobre la actividad emprendedora que el sector está desarrollando en el país, ya que la colaboración con el emprendimiento e innovación permitirá establecer mayor competitividad nacional.
- ImpaQto, al ser uno de los *coworkings* pioneros en el mercado y debido al rápido crecimiento de sus instalaciones y equipo de trabajo puede realizar nuevas alianzas para mejorar aún más sus propuestas de valor en cuanto a los servicios que ofrecen en el espacio. Además, el equipo de trabajo de ImpaQto debería elaborar una nueva estrategia sobre la diferenciación de su cartera de servicios para mantener su ventaja competitiva sobre los demás *coworkings*.
- Los resultados obtenidos en la encuesta de *coworking* de ImpaQto, permitieron identificar las variables de mejora para el espacio. Las condiciones de cambio más importantes para este *coworking* están relacionadas a la mejora de la estructura organizacional y física del espacio. Además, es recomendable para ImpaQto impulsar nuevos métodos para atraer a un mayor número de mujeres. En el pensamiento femenino existe intención de emprender pero el reto para el *coworking*

está en convertir esta población femenina en emprendedoras pertenecientes a la actividad temprana de emprendimiento (TEA).

- En base a los datos obtenidos en el análisis de emprendimientos femeninos del DMQ, se identificó que existe carencia de organismos oficiales responsables de llevar adelante el control y seguimiento de los emprendimientos. Se sugiere que la Red de Mujeres Emprendedoras, ya existente, tenga voz y voto en acciones que permitan conglomerar y fortalecer dicha red, a través del levantamiento de información de la actividad temprana emprendedora femenina (TEA). Además, debería existir el involucramiento de otras instancias que compartan objetivos similares para corroborar con toda la comunidad emprendedora.
- El crecimiento de la población emprendedora femenina permite dinamizar la economía del país. Es por esta razón que se recomienda a los espacios de *coworking* y entidades públicas o privadas entregar servicios e incentivos de calidad para apoyar al emprendimiento femenino como: acceso a microcréditos, capacitaciones gratuitas y ferias inclusivas. Además, las mujeres al ser personas más emocionales buscan el apoyo de profesionales con experiencia en emprendimiento, por este motivo es necesario que la Red de Mujeres Emprendedoras fortalezca las alianzas y trabajo conjunto con los espacios de *coworking* del DMQ.

- En el estudio, se identificaron comportamientos distintos entre emprendimientos femeninos y masculinos de ImpaQto y a nivel global, por lo que es necesario crear un programa de aceleración empresarial inclusivo para emprendimientos femeninos. Esta iniciativa estaría liderada por espacios de *coworking*, gobiernos locales y aceleradoras ya existentes. Las mismas que se encargarían de conseguir financiamiento, facilitación y mentorías. La aceleración empresarial permitiría a los emprendimientos crecer rápidamente gracias a la utilización de herramientas exitosas para startups como: Modelos Business Canvas, Design Thinking y Design Sprint.

BIBLIOGRAFÍA

1. Abramo, L. (2006). *Trabajo decente y equidad de género en América Latina*. Chile: Oficina Internacional del Trabajo.
2. Alcaldía Metropolitana de Quito. (2016). *UIO en cifras*. Quito: Quito Turismo.
3. Alcivar, L. (2 de Diciembre de 2016). Incentivos de la AEI. (A. Medina, Entrevistador)
4. Alianza para el Emprendimiento e Innovación . (17 de Septiembre de 2014). *Informe de Primera Convocatoria* . Recuperado el 2 de Diciembre de 2016, de Fideicomiso para el Emprendimiento y la Innovación: <http://aei.ec/wp/wp-content/uploads/2015/08/Fideicomiso-para-el-Emprendimiento-y-la-Innovaci%C3%B3n.pdf>
5. Alianza para el emprendimiento e innovación. (2014). *Plan de acción de implementación de la estrategia EEI*. Recuperado el 2 de diciembre de 2016, de AEI:http://aei.ec/nuestras-areas/espacio-de-dialogo-publico-y-privados/accion_eei/#tab-1449693848296-9
6. Alianza para el Emprendimiento e Innovación. (abril de 2015). *Fideicomiso para el Emprendimiento e Innovación*. Recuperado el 2 de diciembre de 2016, de Fondo AEI: <http://aei.ec/fondo/fei-2015/>
7. Arévalo, M. (30 de Julio de 2016). ¿Cómo nació ImpaQto? (A. Medina, Entrevistador)
8. Arévalo, M. (30 de Julio de 2016). ¿Cómo nació ImpaQto? (A. Medina, Entrevistador)
9. Banco Central del Ecuador. (2016). *Indicadores Económicos*. Banco Central del Ecuador.
10. Banco Mundial. (2015). *Crecimiento PIB anual (%) Ecuador*. Grupo Banco Mundial.
11. Benavente, M. C., & Valdés, A. (2014). *Políticas públicas para la igualdad de género*. Santiago: Naciones Unidad CEPAL .

12. Breiner, J. (27 de Agosto de 2009). *Concepto de membresía podría ser la forma de cobrar por contenidos en línea*. Recuperado el 26 de Abril de 2016, de International Center for Journalists: <http://www.icfj.org/blogs/concepto-de-membres%C3%AD-podr%C3%AD-ser-la-forma-de-cobrar-por-contenidos-en-l%C3%ADne>
13. Campus Party Ecuador. (Septiembre de 2015). *Escenario Luna*. Recuperado el Mayo de 2016, de Campus Party Ecuador: <http://ecuador.campus-party.org/contenidos/palcos/luna/>
14. Cashman, A. (29 de Mayo de 2012). *Coworking Wiki - Help the Coworking Movement Grow*. Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de Deskmag: <http://www.deskmag.com/en/coworking-wiki-movement-455>
15. CEPAL. (2017). *Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: Mapas de ruta para el desarrollo*. Santiago: Naciones Unidas.
16. Company, C.-P. (15 de Mayo de 2009). *Principales Valores de Colgate*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de Colgate un mundo para el cuidado de la gente: <http://www.colgate.com.ec/app/Colgate/EC/Corp/LivingOurValues/CoreValues.csv>
p
17. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2004). *Incentivos, Publicación de las Naciones Unidas*. Naciones Unidas.
18. Coshare. (Noviembre de 2015). *We believe*. Recuperado el Abril de 2016, de Coshare: <http://www.coshare.co/>
19. Coworking Spain. (Enero de 2014). *10 beneficios que aporta el Coworking*. Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de Coworking Spain: <http://coworkingspain.es/magazine/noticias/10-cosas-que-te-aporta-el-coworking>
20. Cubes & Crayons. (Marzo de 2013). *Office Space*. Recuperado el Abril de 2016, de Cubes & Crayons: <http://www.cubesandcrayons.com/>
21. Cuida tu futuro. (Enero de 2016). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. Recuperado el 2 de Marzo de 2016, de Maneja bien tu dinero: <https://cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>

22. Cunningham, M. (2000). *B2B: How to Build a Profitable E Commerce Strategy*. Perseus Publishing.
23. Curto, M. (2012). *EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA, RETOS Y PERSPECTIVAS DE FUTURO*. Navarra: IESE.
24. De Koven, B. (2013). *The Coworking connection*. Estados Unidos: Deep Fun.
25. De Koven, L. (1999). *Coworking*.
26. Definiciones ABC. (2007). *Emprendedor*. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de Economía: <http://www.definicionabc.com/economia/emprendedor.php>
27. Deskmag. (13 de Noviembre de 2011). *First results of Global Coworking Survey*. Recuperado el Abril de 2016, de Deskmag: <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171>
28. Deskmag. (13 de Abril de 2011). *The 1st Global Coworking Survey*. Recuperado el Marzo de 2016, de Deskmag: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>
29. Deskmag. (7 de Junio de 2015). *The History Of Coworking*. Recuperado el 29 de Mayo de 2016, de Deskmag: http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag#vars!date=1995-05-01_19:42:49!
30. DHL. (2 de marzo de 2016). *Servicios de exportación*. (A. Medina, Entrevistador)
31. Dirección Nacional Jurídica. (2013). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Departamento de Normativa.
32. Ecosistema emprendedor. (2012). *Guía del ecosistema emprendedor*. Recuperado el 10 de abril de 2016, de Ecosistema emprendedor: [http://www.cvinnovando.es/admin/documentos/MANUAL-EMPRENDEDOR-1%20\(2\).pdf](http://www.cvinnovando.es/admin/documentos/MANUAL-EMPRENDEDOR-1%20(2).pdf)
33. Entrepreneur . (20 de Octubre de 2011). *Cómo medir los resultados de tu marketing*. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de Marketing: <https://www.entrepreneur.com/article/264724>
34. ESPAE. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL.

35. Fangaloka. (23 de Noviembre de 2015). *Qué es coworking*. Recuperado el 2 de Abril de 2016, de Fangaloka: <http://fangaloka.es/coworking-que-es-coworking/>
36. Figuera, M. (10 de Febrero de 2015). *Desventajas de emprender en un coworking*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016, de anfix.tv: <http://anfix.tv/desventajas-de-emprender-en-un-coworking/>
37. Foertsch, C. (04 de Marzo de 2013). *4.5 New Coworking Spaces Per Work Day*. Recuperado el Abril de 2016, de Deskmag: <http://www.deskmag.com/en/2500-coworking-spaces-4-5-per-day-741>
38. GEM. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ESPOL.
39. Giraldo, O. (1972). El machismo como fenómeno psicocultural. *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 4, 295.
40. Global Coworking Map. (31 de Diciembre de 2015). *Stats*. Recuperado el 14 de Mayo de 2016, de Global Coworking Map: <http://coworkingmap.org/stats/>
41. Gómez, J. D. (20 de enero de 2016). Historia de Waykana. (A. Medina, Entrevistador)
42. Google. (Mayo de 2013). *Coworking*. Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de Google Trends: <https://www.google.com/trends/>
43. Google Search. (2015). *Coworking Quito*. Google.
44. Google Search. (2016). *Coworking Quito*. Google.
45. Grupo Banco Mundial. (20 de Junio de 2016). *Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2016, de Noticias: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
46. Impact Hub. (2015). *What is Impact Hub?* Recuperado el 2 de Mayo de 2016, de Impact Hub: <http://www.impacthub.net/>
47. Impact Hub. (19 de diciembre de 2015). *WHAT IS IMPACT HUB?* Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de Impact Hub: Global community: <http://www.impacthub.net/what-is-impact-hub/>

48. Impact Hub. (Enero de 2016). *Makers Impact Hub*. Recuperado el Abril de 2016, de Impact Hub: <http://makers.impacthub.net/onboarding/overview/>
49. Impact Hub. (Mayo de 2016). *What's happening with Impact Hub?* Recuperado el Junio de 2016, de Impact Hub: <https://www.impacthub.net/>
50. ImpaQto. (2014). Ecuador.
51. ImpaQto. (21 de Enero de 2016). *¿Qué es ImpaQto?* . Recuperado el 13 de Mayo de 2016, de ImpaQto: <http://www.impaqto.net/>
52. ImpaQto. (Septiembre de 2016). *Evento Fuck Up Nights*. Recuperado el Septiembre de 2016, de Facebook: <https://www.facebook.com/events/1592135267754385/>
53. ImpaQto. (Abril de 2016). *Membresías*. Recuperado el Junio de 2016, de ImpaQto: <http://www.impaqto.net/>
54. ImpaQto. (Enero de 2016). *Visión 360 ImpaQto*. Recuperado el 2 de Junio de 2016, de ImpaQto: <https://my.matterport.com/show/?m=m3TijEkNRPP>
55. INEC. (2010). *Base de Datos*. Quito.
56. INEC. (2010). *Censos* . Quito.
57. INEC. (2015). *ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO*. Quito: INEC.
58. INEC. (2016). *Estadísticas censales Ecuador*. Quito: INEC.
59. Instituto de la Ciudad. (2010). *Conociendo Quito, Estadísticas del Distrito Metropolitano*. Quito: Editorial Ecuador.
60. Instituto de la Ciudad. (2010). *Conociendo Quito, Estadísticas del Distrito Metropolitano 3*. Quito: Editorial Ecuador.
61. Kelley, D., & al., e. (2015). *Women's Entrepreneurship GEM*. Londres: Babson.
62. Kelley, D., & al., e. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016*. Babson.
63. Kutznets, S. (1966). *Modern Economic Growth: Rate, Structure, and Spread*. Cambridge: The University of Chicago Press.
64. Lance Talent. (17 de Junio de 2014). *Las 10 ventajas del coworking*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de Lance Talent: <https://www.lancetalent.com/blog/las-10-ventajas-del-coworking/>

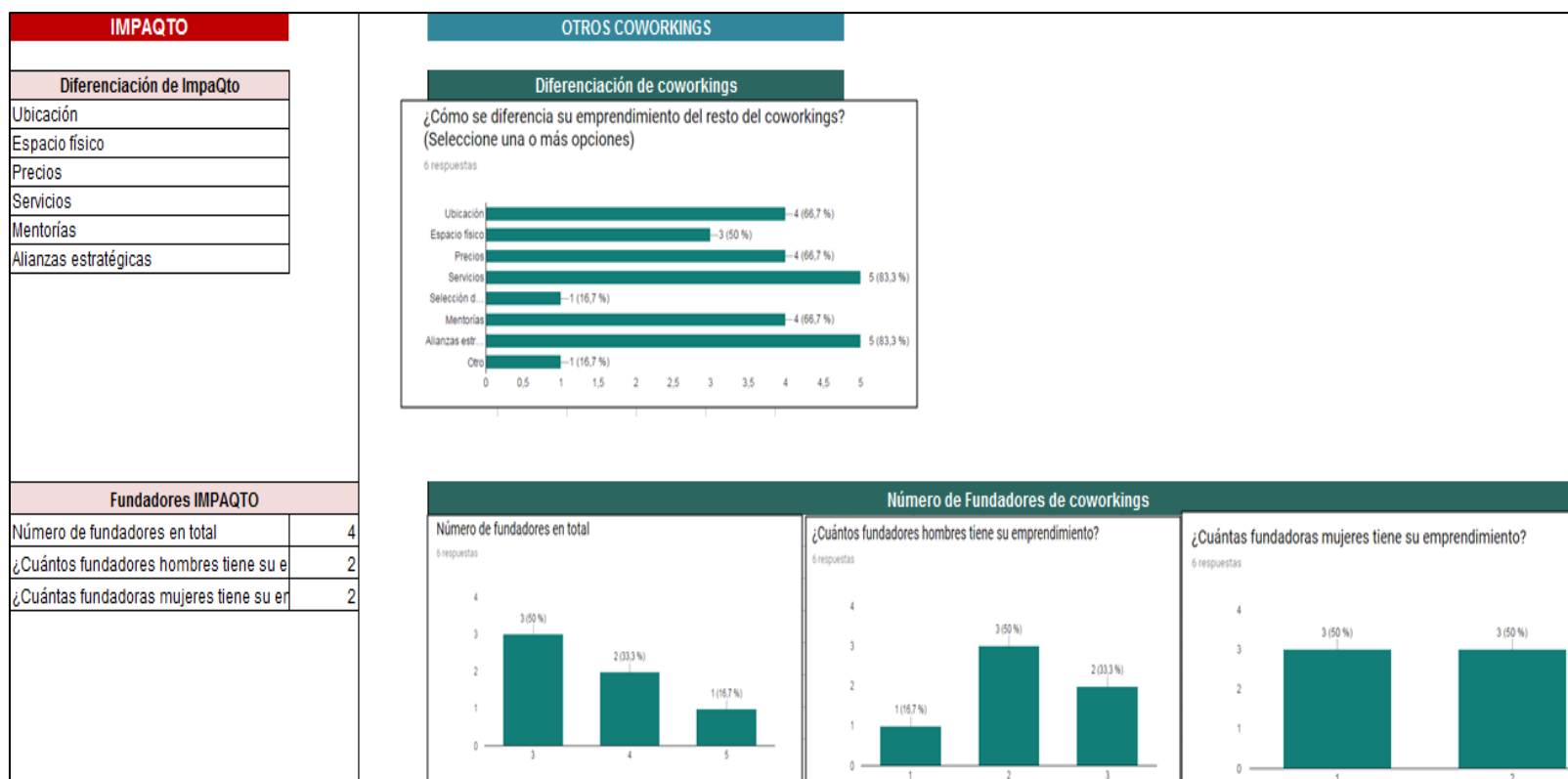
65. Lasio, V. (Noviembre de 2015). *Emprendedoras*. Recuperado el Enero de 2017, de ESPAE, Graduate School of Management: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/FTP/EmprendedorasESPAE.pdf>
66. LYNfabrikken. (Junio de 2014). *Coffee Bar*. Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de LYNfabrikken: <http://www.lynfabrikken.dk/>
67. Marlow, S., & Strange, A. (1994). *Women in management: A developing presence*. London: Tanton.
68. Mayntz, R. (1993). *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
69. Medina, A. (2017). *Análisis encuesta ImpaQto frente a otros coworkings*. Quito.
70. Ministerio de Comercio Exterior. (Mayo de 2013). *Reglas e incentivos para la inversión*. Recuperado el Julio de 2016, de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/reglas-claras-e-incentivos-para-la-inversion/>
71. Moreano Galiano, V. (2015). *Emprendedores y régimen tributario*. Quito: UASB.
72. Municipio de Quito. (2014). *Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 2015, de DMQ : http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-190%20-%20SUELO%20COMERCIAL%20Y%20DE%20SERVICIOS.pdf
73. OECD Science. (2010). *Technology and Industry Outlook*. Paris: OECD Publishing.
74. OECD Science. (2016). *Entrepreneurship at a Glance 2016*. Paris: OECD Publishing.
75. Parker, C. (6 de Marzo de 2015). *15 women changing the world in 2015*. Recuperado el 4 de Abril de 2016, de World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2015/03/15-women-changing-the-world-in-2015/>
76. Piñeros Perdomo, M. (2003). *Memorias XXVII Jornadas Colombianas de Derecho Tributario*. Bogotá: ICDT.
77. Pinilla, D. (9 de Marzo de 2005). *¿Qué es un freelance?* Recuperado el 14 de Mayo de 2016, de Desarrollo web: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1864.php>

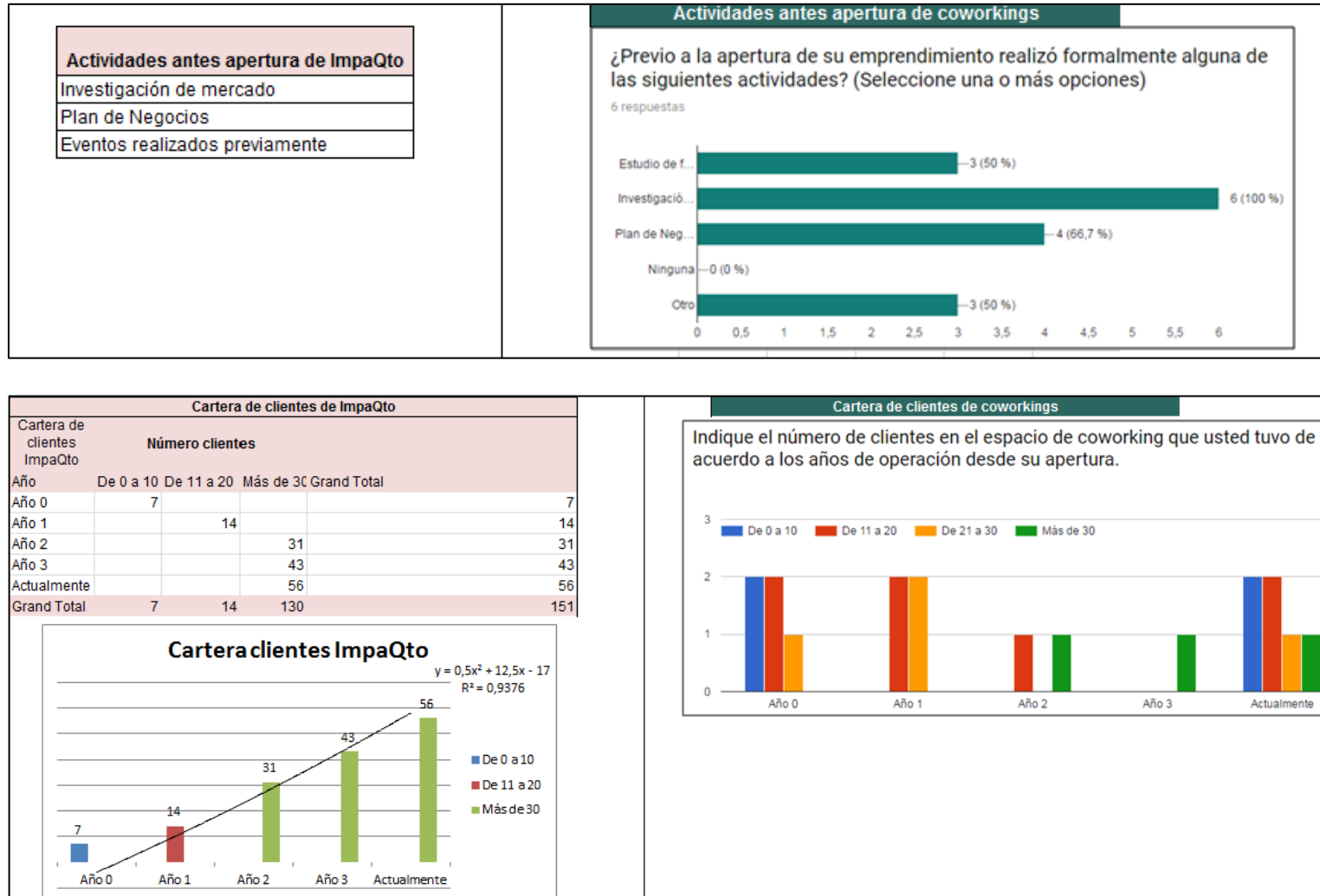
78. Pohler, N. (22 de agosto de 2011). *Coworking 101: A new definition*. Recuperado el 8 de abril de 2016, de COWORKING SPACES: <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-101-a-new-definition>
79. Proyecto de investigación emprendimiento y coworking. (2017). *Encuesta a espacios de coworking en Quito*. Quito.
80. Reynolds, W., & al., e. (2004). *Global entrepreneurship monitor 2003: Executive report*. London: Babson College/ Ewing Marion Kauffman.
81. Ritzer, G. (2002). *Teoría sociológica moderna*. McGraw Hill S.A.
82. Sistema B. (enero de 2016). *La empresa B/ B corp*. Recuperado el 2 de Junio de 2016, de Sistema B: <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b>
83. SOFOFA. (2016). *Empleo y Desocupación*. Santiago : SOFOFA.
84. Terjesen, Siri et al. (2015). *The 2015 Female Entrepreneurship Index*. Washington: The Global Entrepreneurship Development Institute.
85. Valarezo, J. (2006). *La exoneración tributaria*. Quito: UASB.
86. Veintimilla, A. (2016). ¿Se establecerán ‘food trucks’ en Quito? *El Comercio*, 4.
87. Wray, N. (2012). *Construyendo una ciudad para todas*. Quito.
88. Xindanwei. (2012). *Coworking Manual*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016, de Coworking: http://xindanwei.com/av/Coworking_manual_en.pdf

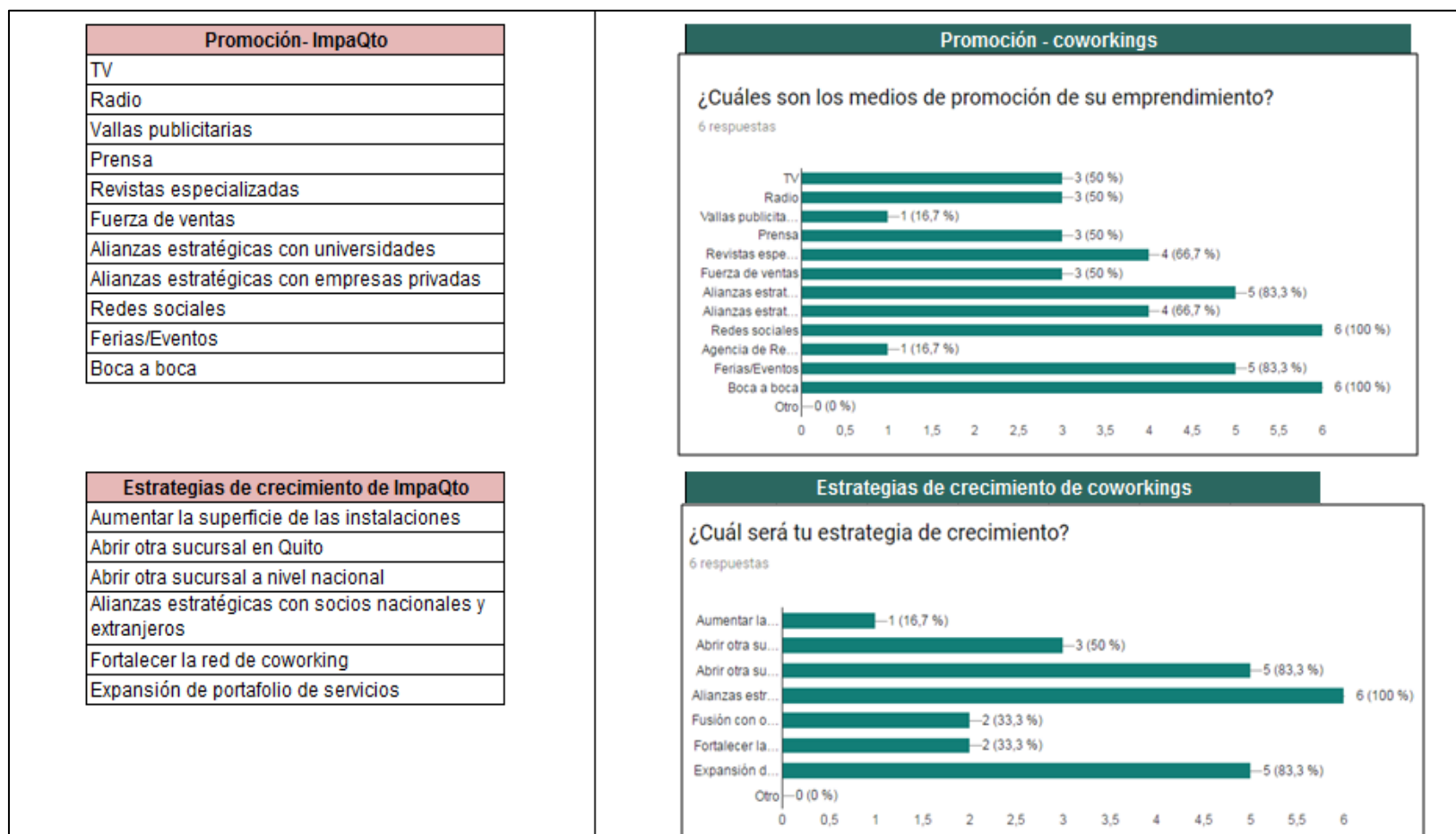
ANEXOS

ANEXO 1: VARIABLES DE DIFERENCIACIÓN DE IMPAQTO FRENTE A DEMÁS COWORKINGS ENCUESTADOS

a) Archivo Excel: Análisis ImpaQto, segunda pestaña “Diferenciación”







Negocios abiertos en relación a ImpaQto

Establecimientos de alimentación

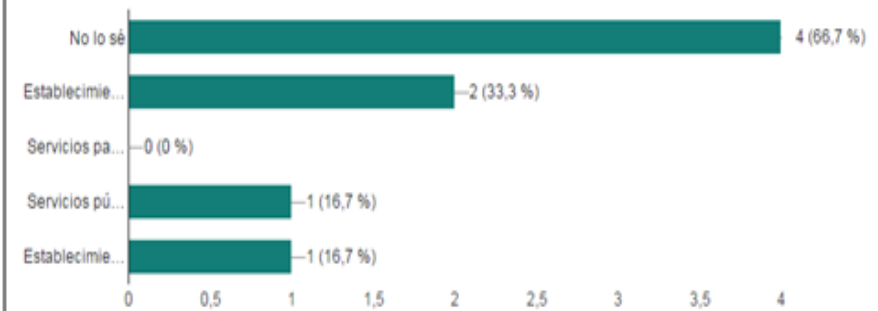
Servicios públicos (parada de bus; containers de basura; pavimentación; estación de policía comunitaria; parqueaderos)

Establecimientos que son la competencia directa de los emprendimientos de coworking

Negocios abiertos en relación a coworkings

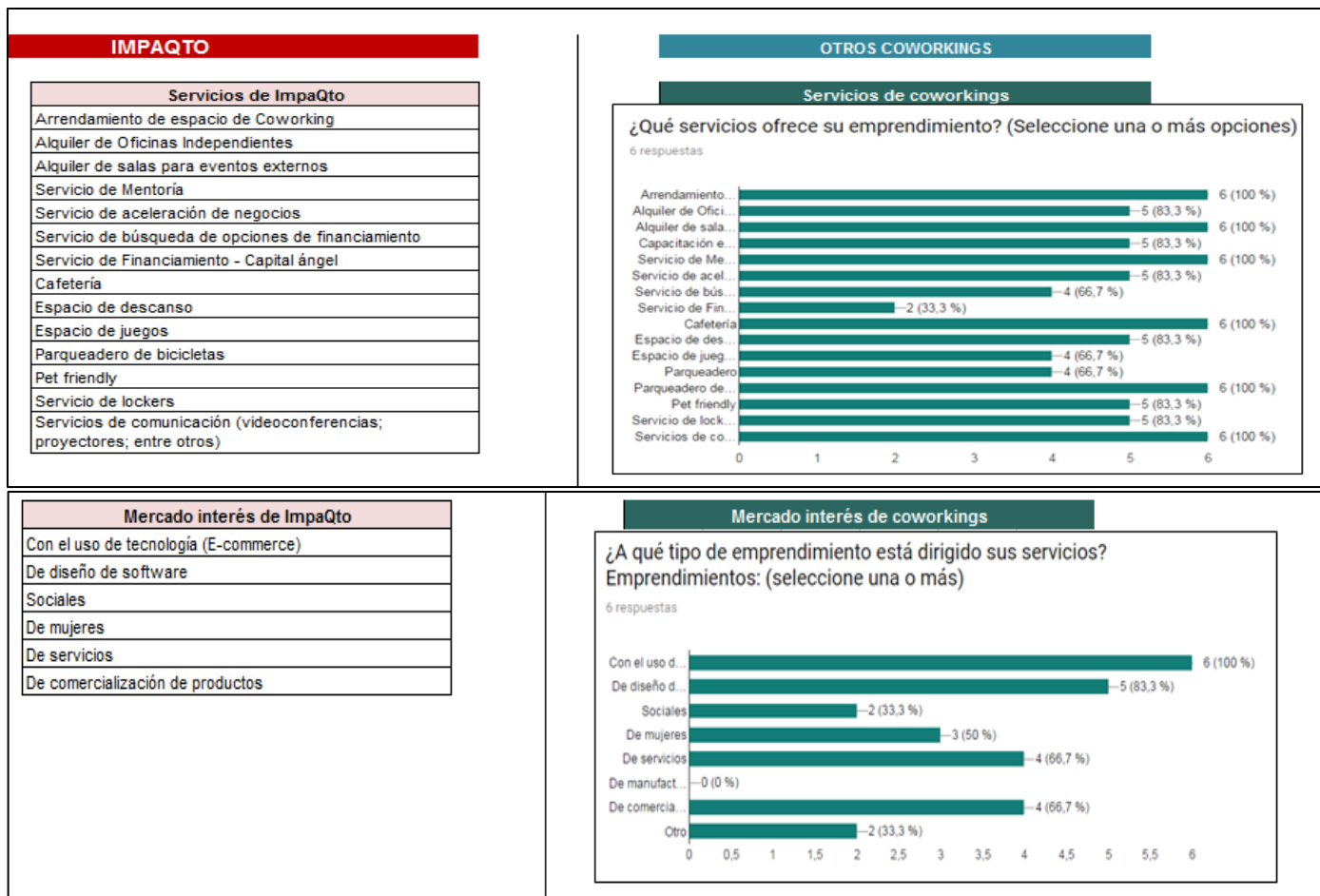
¿Se abrieron algunos negocios aledaños que tienen relación con los emprendimientos alojados en su coworking?

6 respuestas

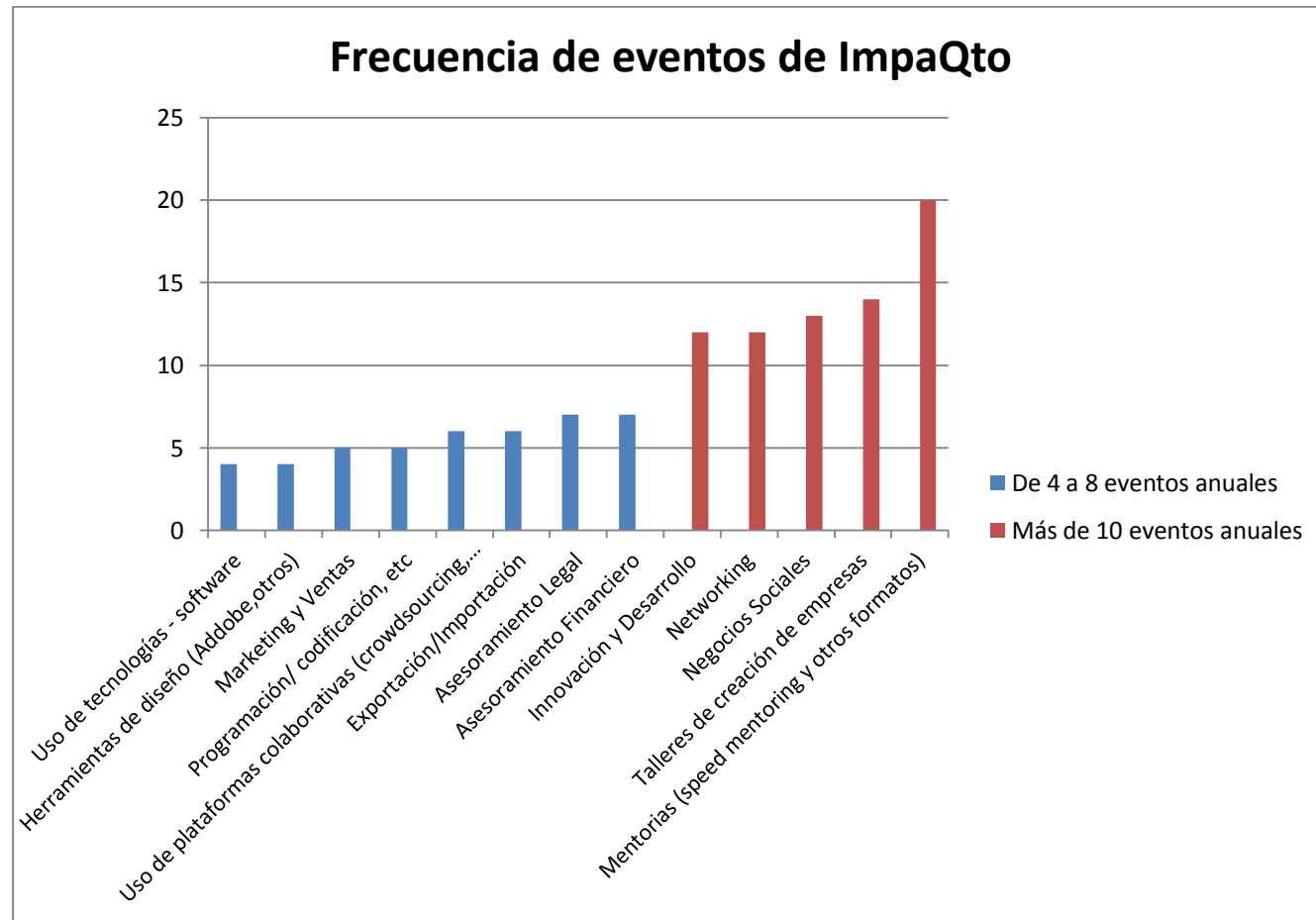


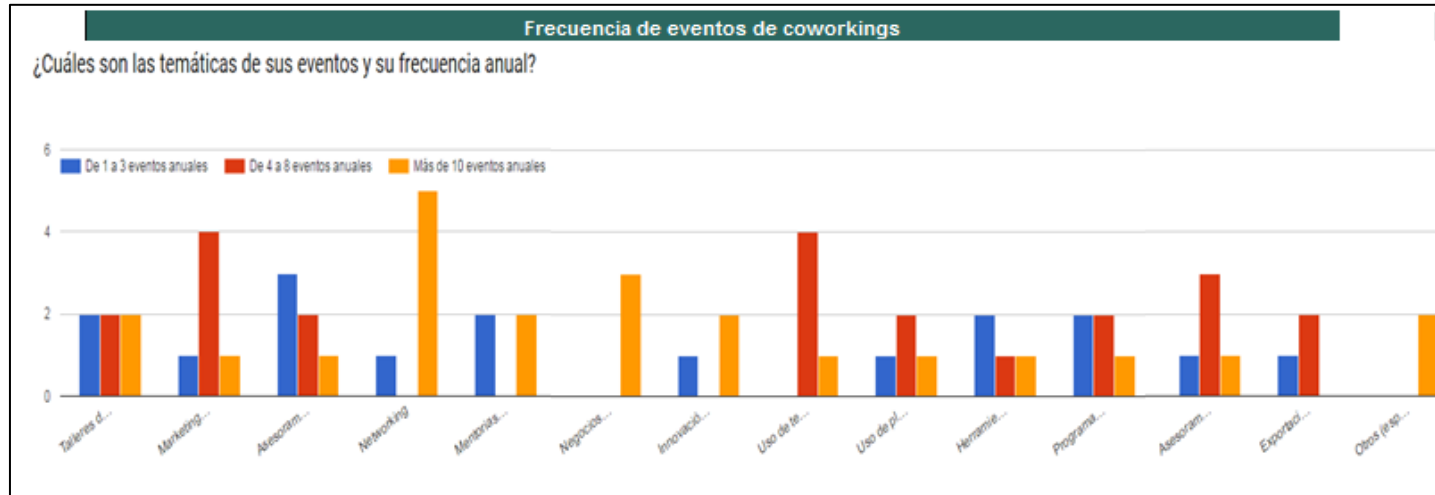
ANEXO 2: VARIABLES POR MANTENER DE IMPAQTO FRENTE A DEMÁS COWORKINGS ENCUESTADOS

a) Archivo Excel: Análisis ImpaQto, tercera pestaña “Por mantener”



Frecuencia de eventos de ImpaQto			
Eventos de ImpaQto	Frecuencia		
	De 4 a 8 eventos anuales	Más de 10 eventos anuales	Grand Total
Temas de eventos			
Uso de tecnologías - software	4		4
Herramientas de diseño (Addobe, otros)	4		4
Marketing y Ventas	5		5
Programación/ codificación, etc	5		5
Uso de plataformas colaborativas (crowdsourcing, crowdfunding, etc)	6		6
Exportación/Importación	6		6
Asesoramiento Legal	7		7
Asesoramiento Financiero	7		7
Innovación y Desarrollo		12	12
Networking		12	12
Negocios Sociales		13	13
Talleres de creación de empresas		14	14
Mentorías (speed mentoring y otros formatos)		20	20
Grand Total	44	71	115





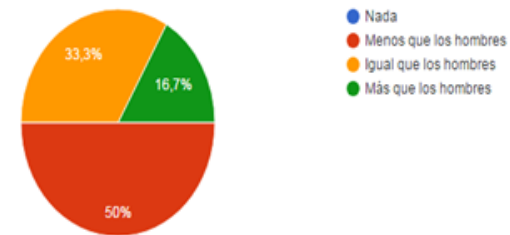
Participación mujeres en eventos de ImpaQto

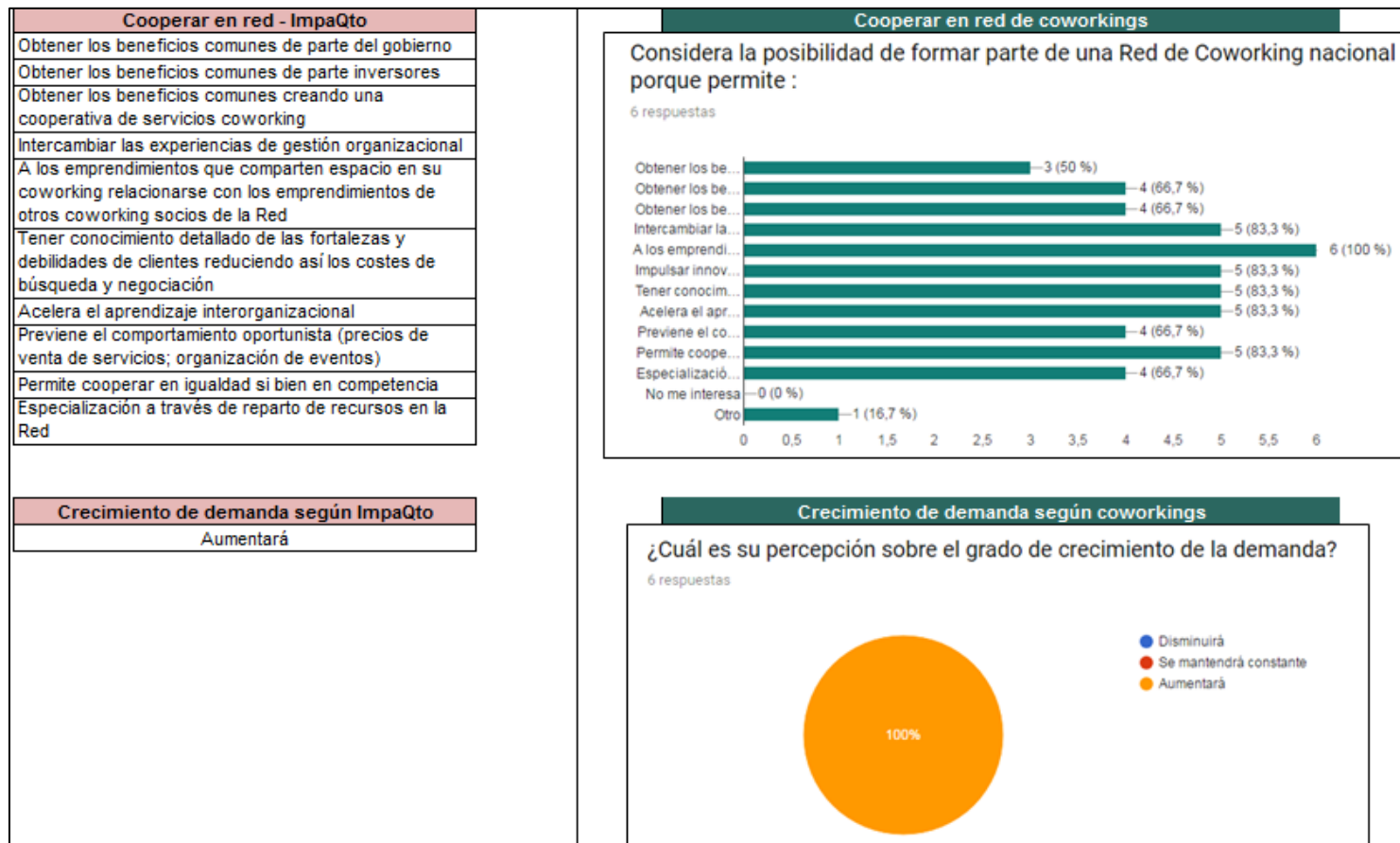
Igual que los hombres

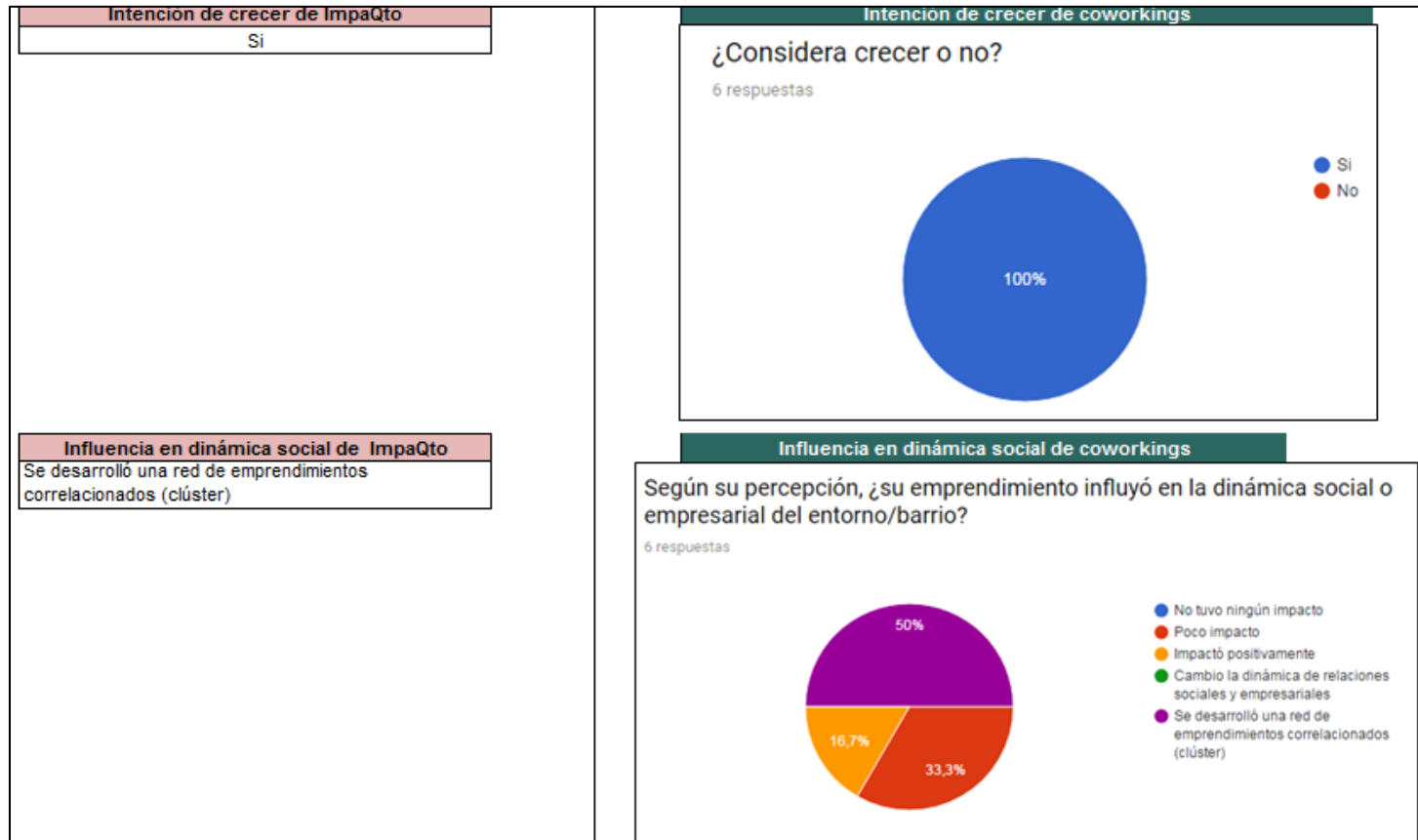
Participación mujeres en eventos de coworkings

En general, ¿Cómo calificaría la participación de mujeres en estos eventos?

6 respuestas

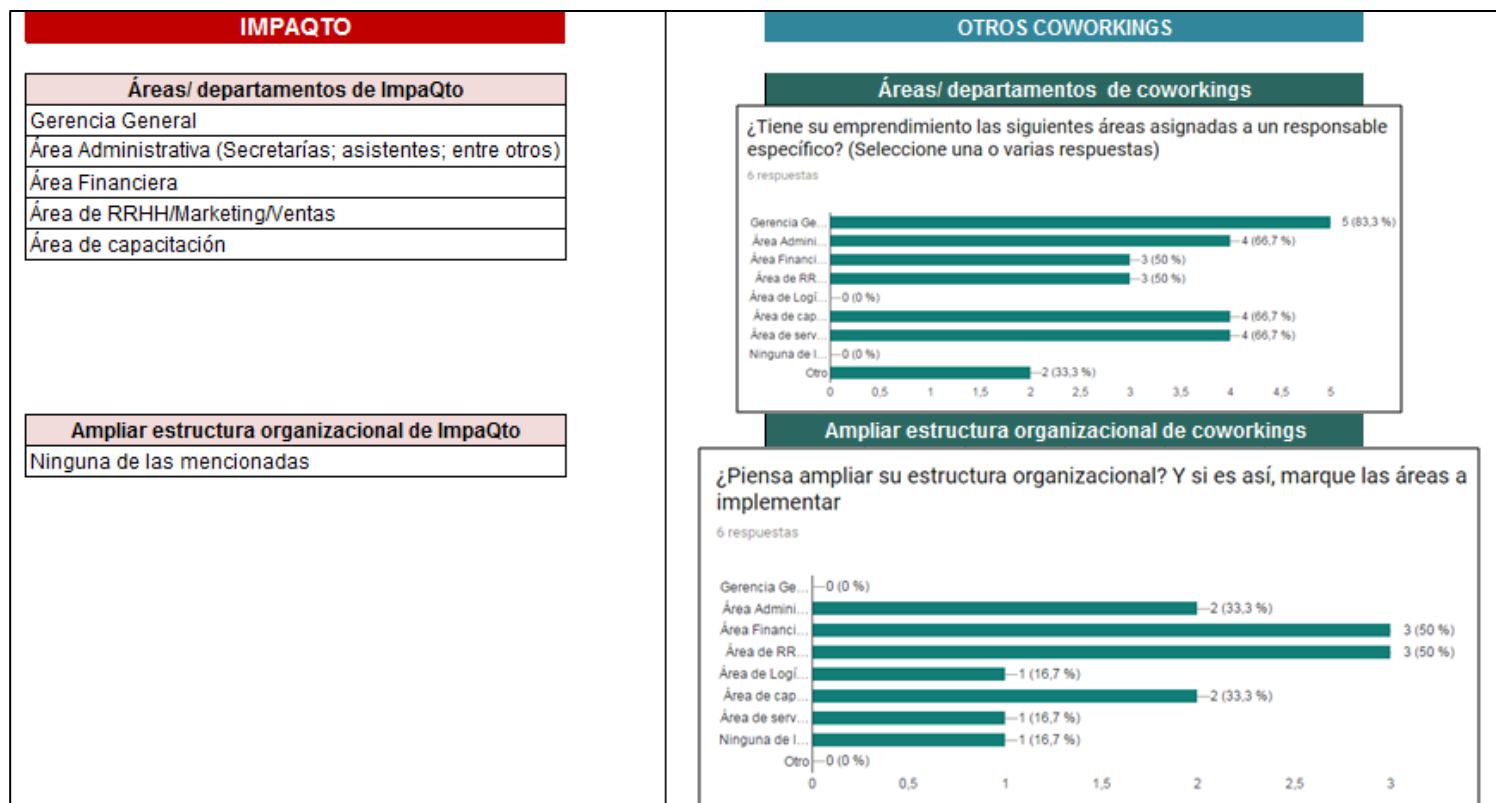






ANEXO 3: VARIABLES POR MEJORAR DE IMPAQTO FRENTE A DEMÁS COWORKINGS ENCUESTADOS

a) Archivo Excel: Análisis ImpaQto, cuarta pestaña “Por mejorar”



Espacio físico de ImpaQto	Espacio físico de coworkings										
>300m2	<p>¿Cuál es el tamaño de sus instalaciones?</p> <p>6 respuestas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tamaño de instalación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0-100m2</td> <td>16,7%</td> </tr> <tr> <td>101m2-200m2</td> <td>33,3%</td> </tr> <tr> <td>201m2-300m2</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>>300m2</td> <td>16,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño de instalación	Porcentaje	0-100m2	16,7%	101m2-200m2	33,3%	201m2-300m2	50%	>300m2	16,7%
Tamaño de instalación	Porcentaje										
0-100m2	16,7%										
101m2-200m2	33,3%										
201m2-300m2	50%										
>300m2	16,7%										
Suficiente	<p>Califique si el espacio que usted utiliza es adecuado para sus operaciones</p> <p>6 respuestas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Calificación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Insuficiente</td> <td>16,7%</td> </tr> <tr> <td>Poco Suficiente</td> <td>33,3%</td> </tr> <tr> <td>Suficiente</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Sobra espacio</td> <td>16,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Calificación	Porcentaje	Insuficiente	16,7%	Poco Suficiente	33,3%	Suficiente	50%	Sobra espacio	16,7%
Calificación	Porcentaje										
Insuficiente	16,7%										
Poco Suficiente	33,3%										
Suficiente	50%										
Sobra espacio	16,7%										

Proporción emprendimientos femeninos de ImpaQto	Proporción emprendimientos femeninos de coworkings												
Menos de 20%	<p>Según su percepción, ¿cuál es la proporción de emprendimientos de mujeres en la totalidad de sus clientes?</p> <p>6 respuestas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Proporción</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menos de 20%</td> <td>16,7%</td> </tr> <tr> <td>De 21% a 40%</td> <td>16,7%</td> </tr> <tr> <td>De 41% a 60%</td> <td>66,7%</td> </tr> <tr> <td>De 61% a 80%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Más de 80%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Proporción	Porcentaje	Menos de 20%	16,7%	De 21% a 40%	16,7%	De 41% a 60%	66,7%	De 61% a 80%	0%	Más de 80%	0%
Proporción	Porcentaje												
Menos de 20%	16,7%												
De 21% a 40%	16,7%												
De 41% a 60%	66,7%												
De 61% a 80%	0%												
Más de 80%	0%												

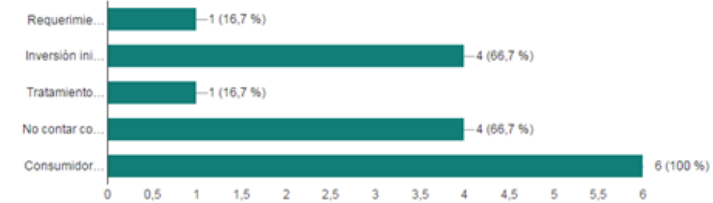
Obstáculos para operar ImpaQto

Inversión inicial alta
No contar con el espacio propio
Consumidor poco informado

Obstáculos para operar coworkings

¿Cuál de los siguientes factores dificultan su operación?

6 respuestas



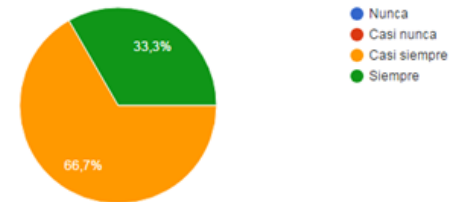
Investigación de mercado para B/S de ImpaQto

Casi siempre

Investigación de mercado para B/S de coworkings

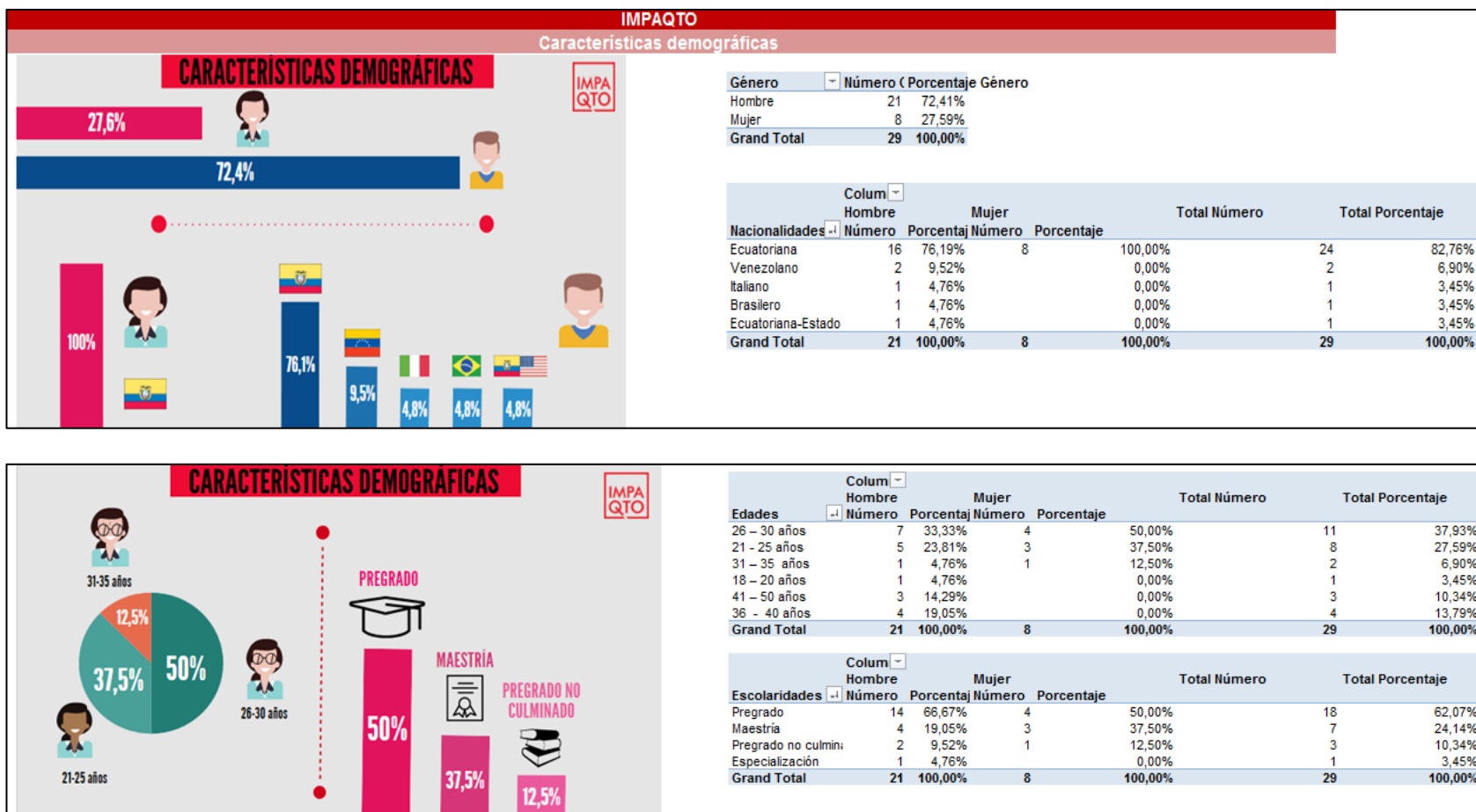
¿Antes de lanzar un nuevo producto/servicio usted realiza una investigación de mercado?

6 respuestas

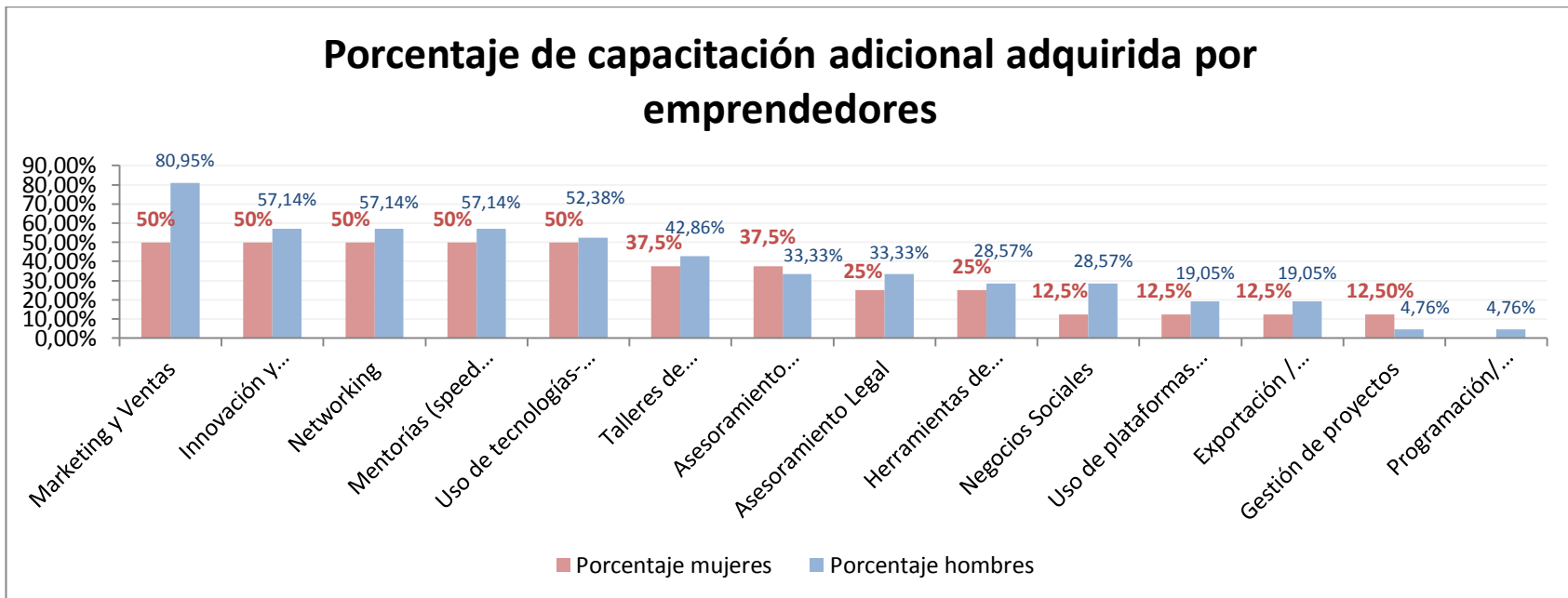
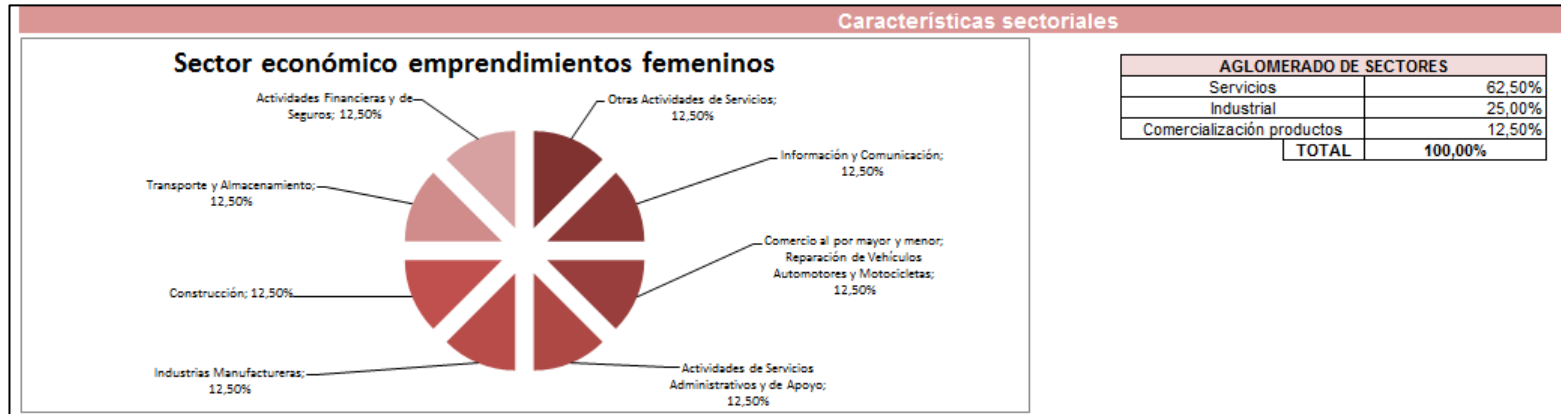


ANEXO 4: VARIABLES DE CARÁCTERÍSTICAS - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO ENCUESTADOS

a) Características demográficas (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, segunda pestaña “Características”)

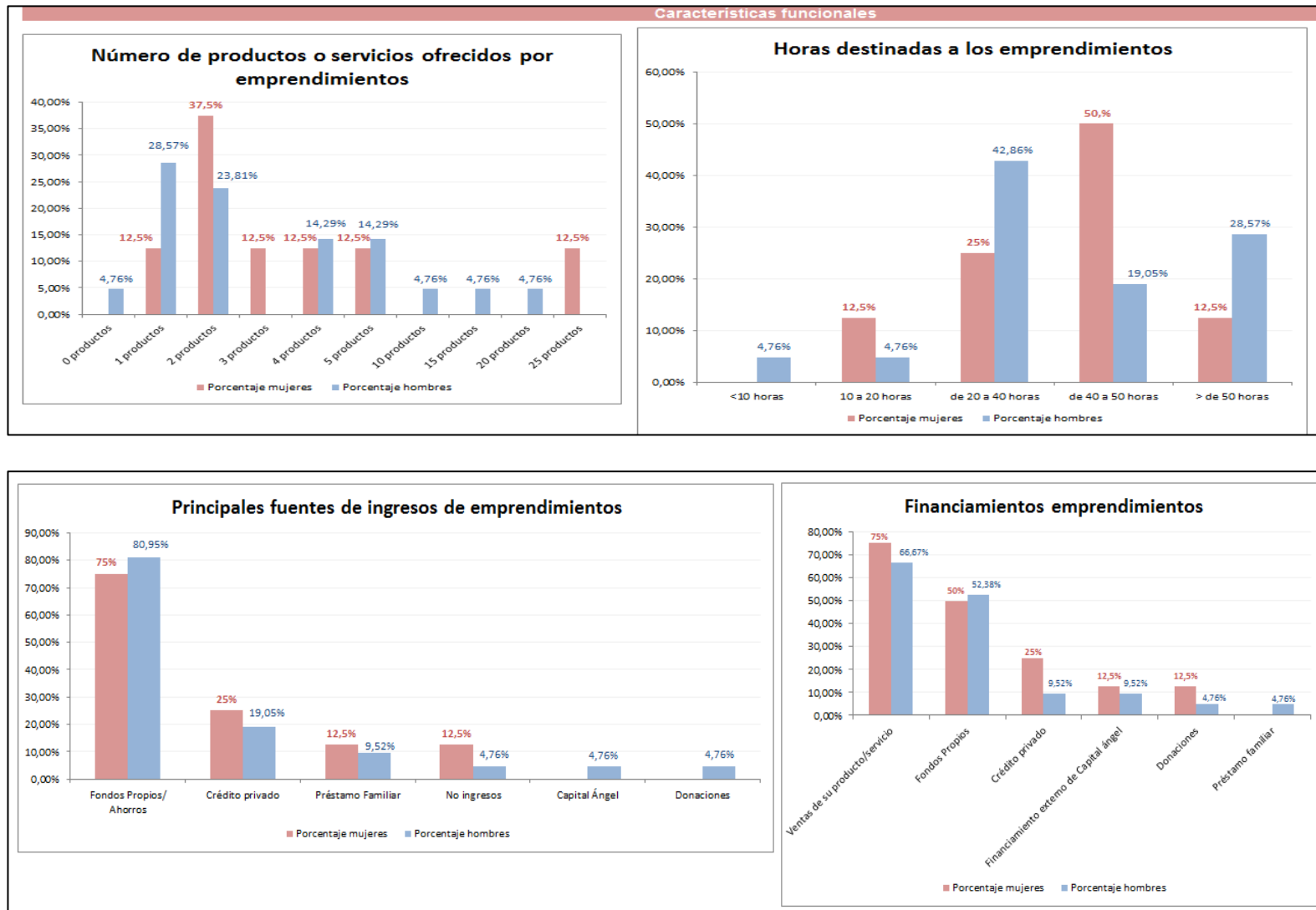


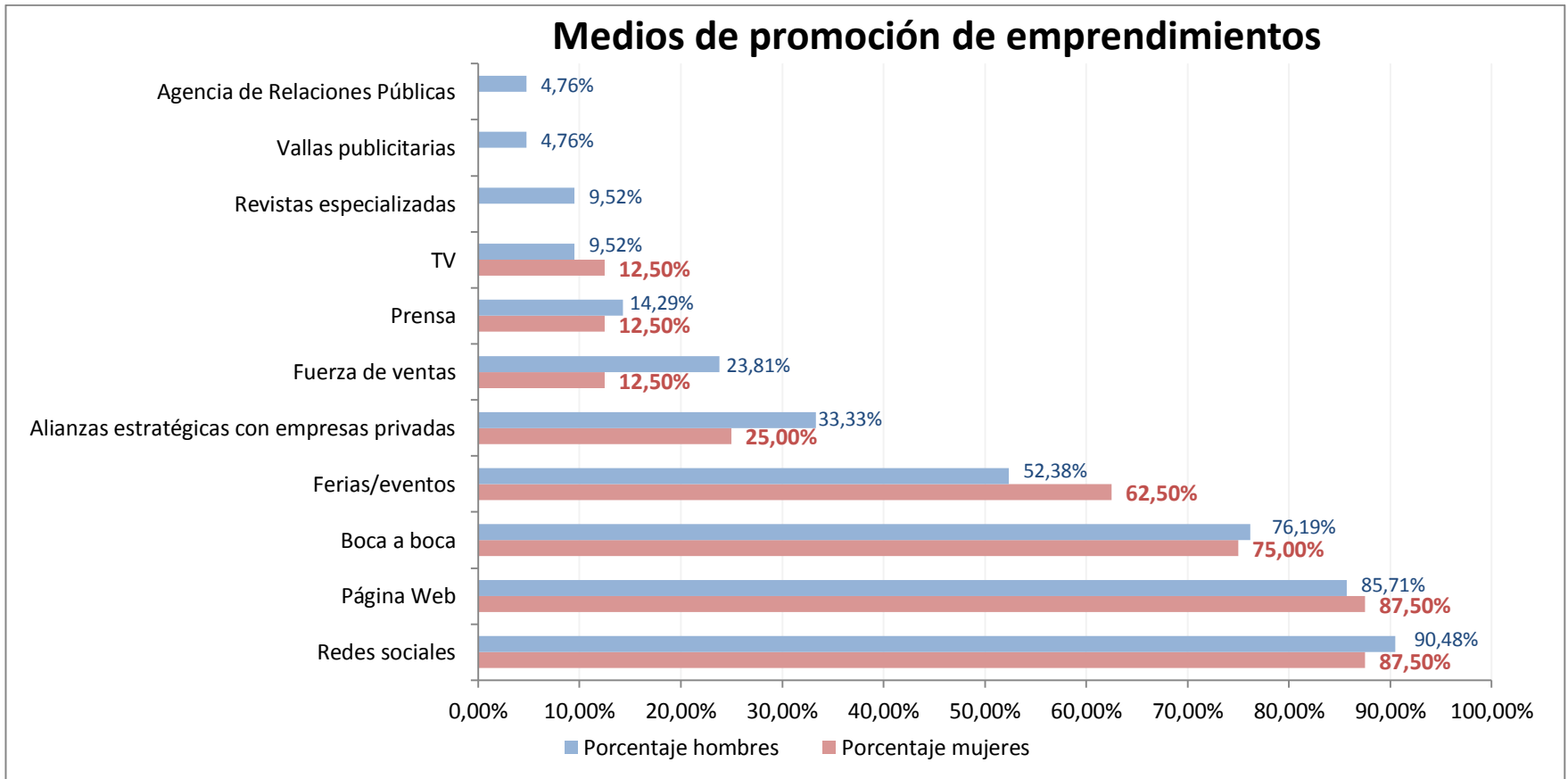
b) Características sectoriales (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, segunda pestaña “Características”)





c) Características funcionales (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, segunda pestaña “Características”)





d) Prueba Chi Cuadrado: comportamiento de emprendimientos femeninos frente a colaboradores hombres y mujeres (archivo

Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, segunda pestaña “Características”)

PRUEBA CHI CUADRADO PARA DIFERENCIA ENTRE DOS PROPORCIONES (MUESTRAS INDEPENDIENTES)

COLABORADORES MASCULINOS EN EMPRENDIMIENTOS				
Frecuencia Emprendimientos Hombres	Frecuencia Emprendimientos Mujeres	Número de colaboradores	Total colaboradores empr. hombres	Total colaboradores empr. mujeres
3	3	0	0	0
3	1	1	3	3
8	2	2	16	32
0	1	3	0	0
2	0	4	8	0
2	0	5	10	0
1	0	8	8	0
1	0	11	11	0
0	1	12	0	0
1	0	136	136	0
		GRAN TOTAL	192	35

COLABORADORAS FEMENINAS EN EMPRENDIMIENTOS				
Frecuencia Emprendimientos Hombres	Frecuencia Emprendimientos Mujeres	Número de colaboradores	Total colaboradores empr. hombres	Total colaboradores empr. mujeres
2	2	0	0	0
8	1	1	8	8
6	4	2	12	48
1	0	3	3	0
1	0	4	4	0
0	1	7	0	0
1	0	12	12	0
1	0	19	19	0
1	0	34	34	0
		GRAN TOTAL	92	56

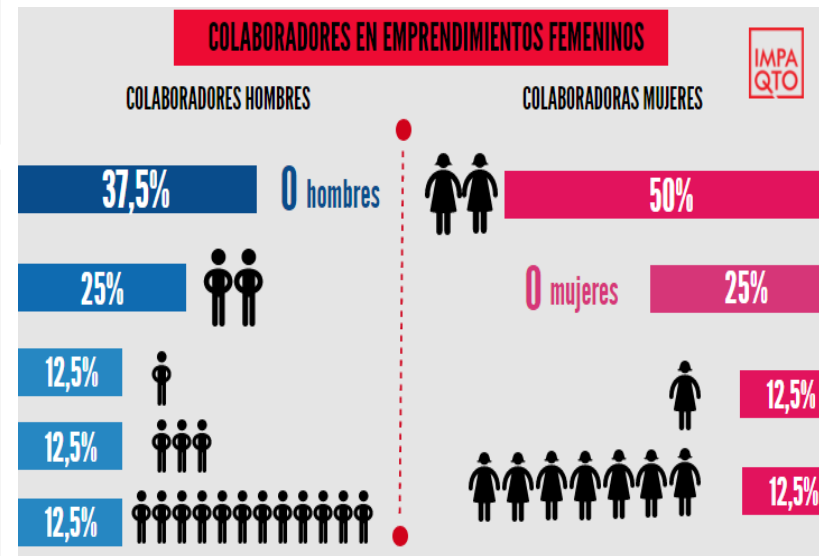


TABLA DE FRECUENCIAS OBSERVADAS

		Sexo	
		Hombres	Mujeres
Colaboradores	Masculinos	192	35
	Femeninos	92	56
TOTAL		284	91

TOTAL
227
148
375

TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS

		Sexo	
		Hombres	Mujeres
Colaboradores	Masculinos	172	55
	Femeninos	112	36
TOTAL		284	91

TOTAL
227
148
375

TABLA PARA CALCULO DE CHI CUADRADO

		Sexo	
		Hombres	Mujeres
Colaboradores	Masculinos	2,35	7,32
	Femeninos	3,60	11,23

Se seleccionó a una población de 29 emprendedores del coworking IMPAQTO y se obtuvo los siguientes datos en relación con el comportamiento de los emprendedores. Las preguntas realizadas a los coworkers fue: "¿Cuántos colaboradores de género masculino y femenino tiene su emprendimiento?" Los resultados se resumen la tabla de contingencia adjunta. ¿Existe evidencia de una diferencia significativa entre la proporción de hombres y mujeres que colaboran con el género masculino y femenino con un nivel de significancia de 0,05?

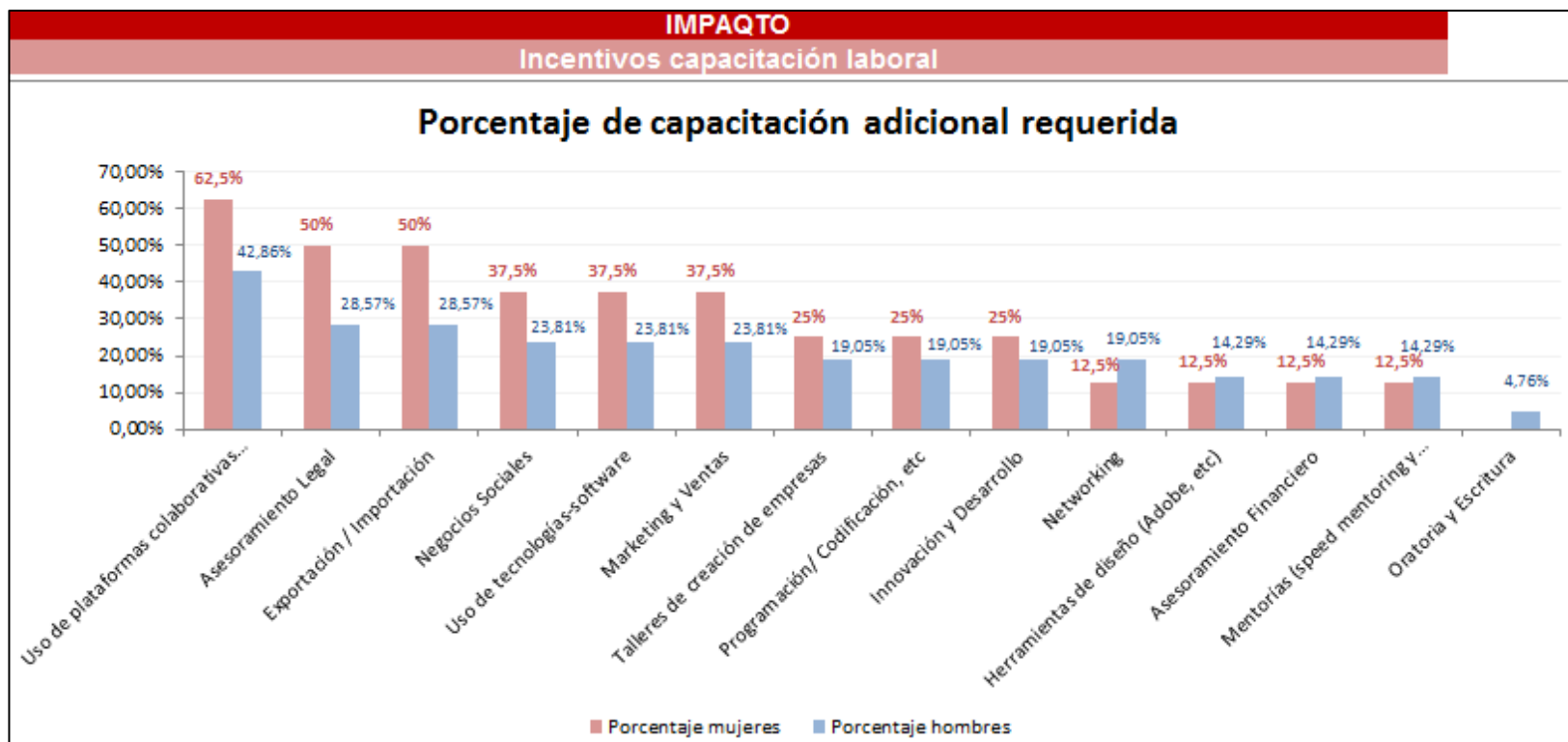
CONCEPTO	SÍMBOLO	VALOR	
Hipótesis nula	H_0	Las proporciones de hombres y de mujeres tienen el mismo número de colaboradores de ambos géneros	
Hipótesis alternativa	H_1	Las proporciones de hombres y de mujeres no tienen el mismo número de colaboradores de ambos géneros	
Filas	f	2,00	
Columnas	c	2,00	
Grados de libertad	$(f-1)(c-1)$	1,00	
Nivel de significancia	α	0,05	
Valor crítico	χ_c^2	3,84	
Estadístico de prueba	χ^2	24,50	
Probabilidad del estadístico	p	0,000000742261	
CONCLUSIÓN			

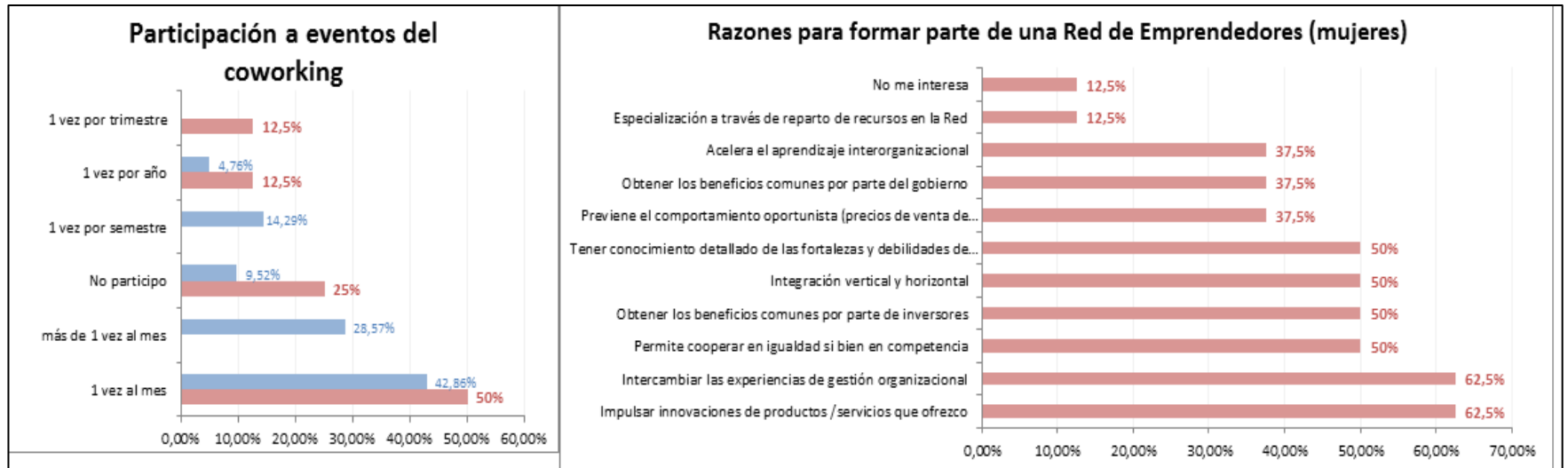
Se rechaza H_0 y se acepta H_1

Las proporciones de hombres y de mujeres no tienen el mismo número de colaboradores de ambos géneros.

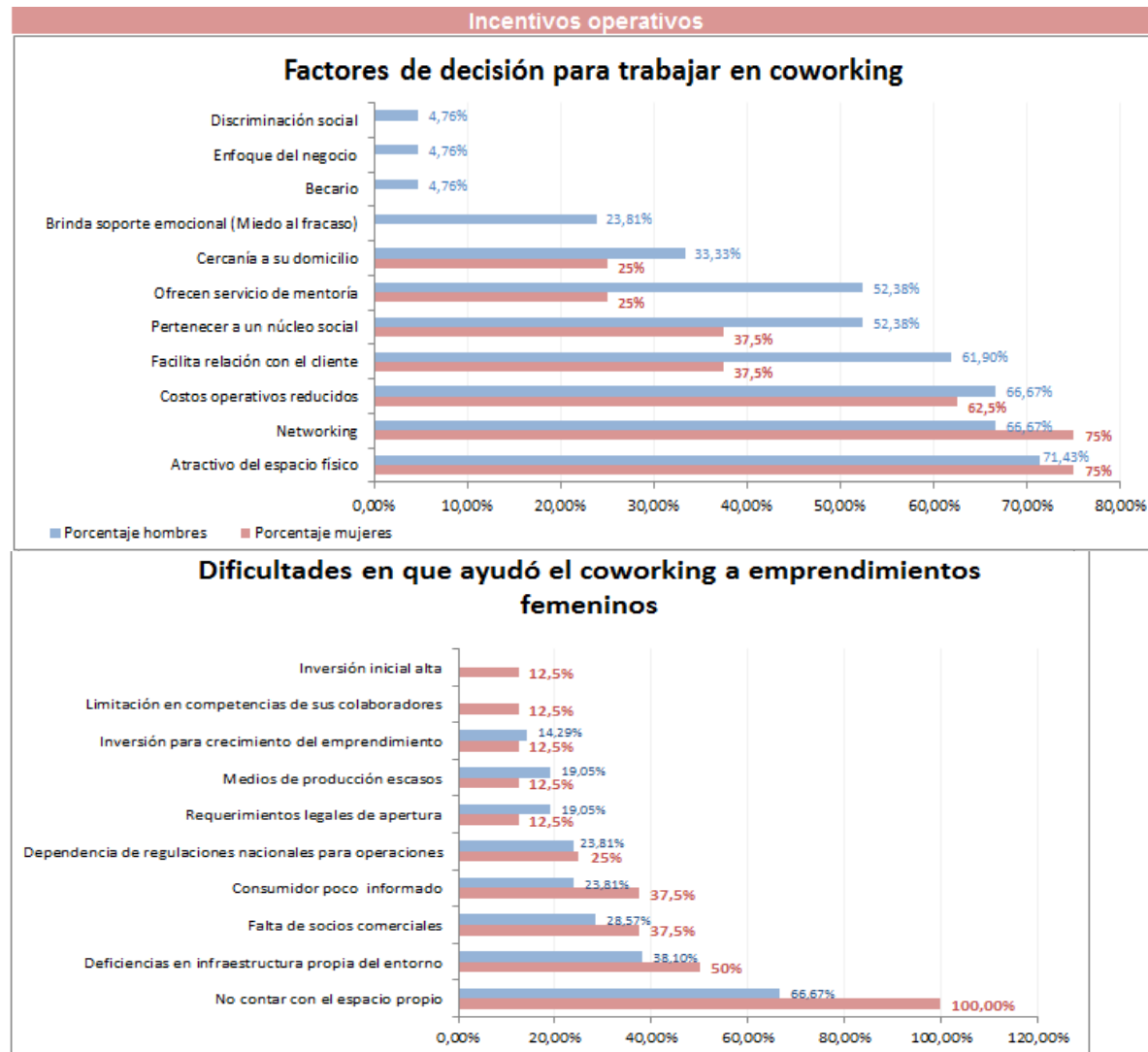
ANEXO 5: VARIABLES DE INCENTIVOS - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO ENCUESTADOS

a) Incentivos de capacitación laboral (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, tercera pestaña “Incentivos”)

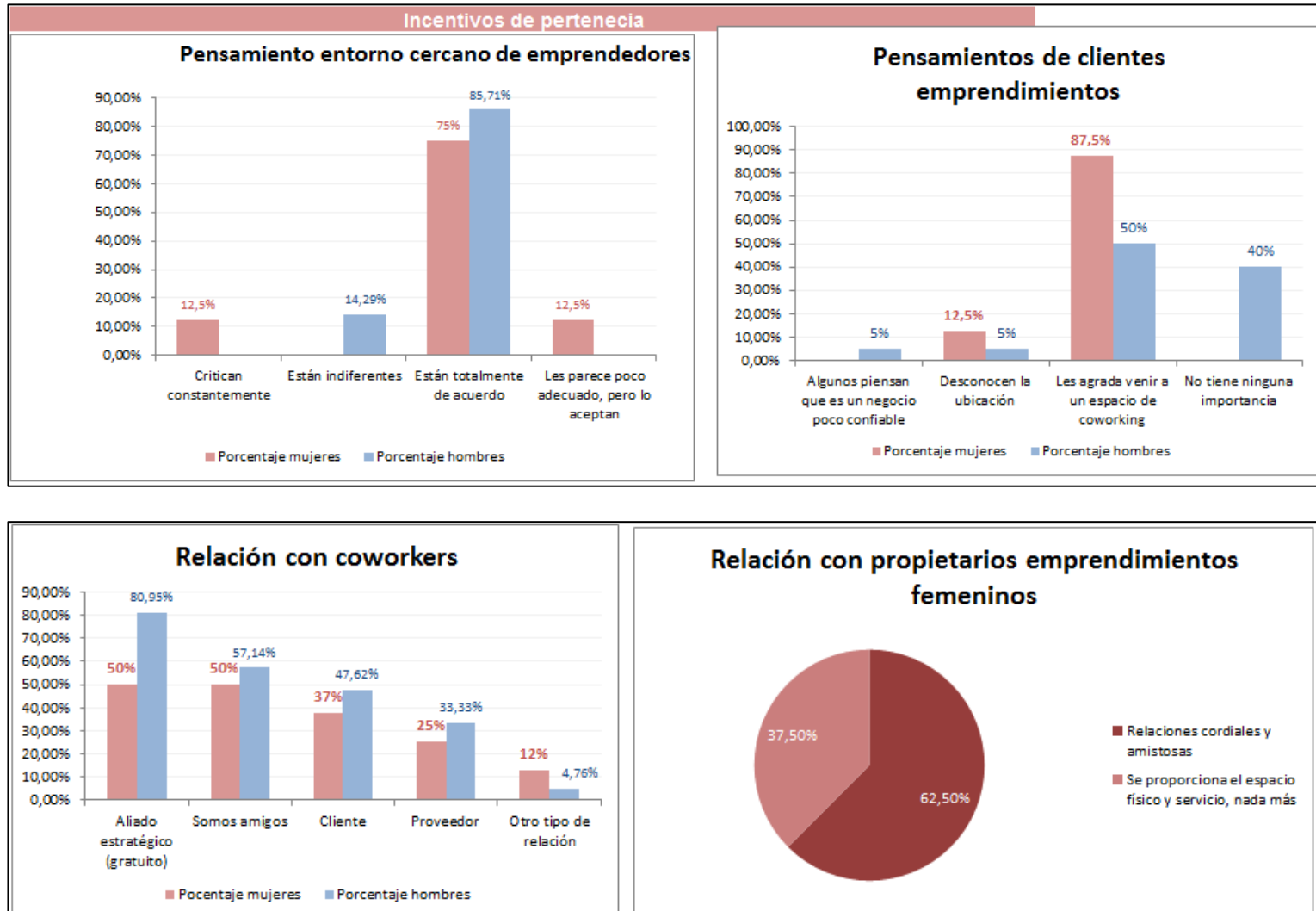




b) Incentivos operativos (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, tercera pestaña “Incentivos”)



c) Incentivos de pertenencia (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, tercera pestaña “Incentivos”)



d) Prueba Chi Cuadrado: comportamiento emprendimientos femeninos en relación con propietarios (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, tercera pestaña “Incentivos”)

PRUEBA CHI CUADRADO PARA LAS DIFERENCIAS ENTRE MÁS DE DOS PROPORCIONES

TABLA DE FRECUENCIAS OBSERVADAS

		Relación con dueños del coworking				TOTAL
		Relacion cordial y amistosa	Somos familia	Se proporcio na espacio y nada más	Conservo privacidad en relaciones	
Género	Hombres	15	5	0	1	21
	Mujeres	5	0	3	0	8
TOTAL		20	5	3	1	29

TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS

		Relación con dueños del coworking				TOTAL
		Relacion cordial y amistosa	Somos familia	Se proporcio na espacio y nada más	Conservo privacidad en relaciones	
Género	Hombres	14,48	3,62	2,17	0,72	21
	Mujeres	5,52	1,38	0,83	0,28	8
TOTAL		20	5	3	1	29

TABLA PARA CALCULO DE CHI CUADRADO

		Relación con dueños del coworking			
		Relacion cordial y amistosa	Somos familia	Se proporcio na espacio y nada más	Conservo privacidad en relaciones
Género	Hombres	0,02	0,53	2,17	0,11
	Mujeres	0,05	1,38	5,70	0,28

Se desea investigar si la relación con los propietarios de ImpaQto en este caso Arévalo y Peralvo es la misma para ambos géneros de emprendedores. La tabla de referencia cruzada adjunta muestra emprendedores de género masculino y femenino (hombres, mujeres) y el tipo de relación de coworkers con propietarios (relación cordial y amistosa, son familia, se proporciona el espacio y nada más, conservan privacidad en relaciones) ¿Existe diferencia entre la relación con los propietarios del coworking en base al género de emprendedores? Se utiliza para este estudio significancia de 0,05

CONCEPTO	SÍMBOLO	VALOR	
Hipótesis nula	H_0	Las proporciones emprendedores de ImpaQto tienen la misma relación con los dueños del coworking	
Hipótesis alternativa	H_1	Las proporciones emprendedores de ImpaQto tienen relaciones diferentes con los dueños del coworking	
Filas	f	2,00	
Columnas	c	4,00	
Grados de libertad	$(f-1)(c-1)$	3,00	
Nivel de significancia	α	0,05	
Valor crítico	χ_c^2	7,81	
Estadístico de prueba	χ^2	10,23	
Probabilidad del estadístico	p	0,016727	

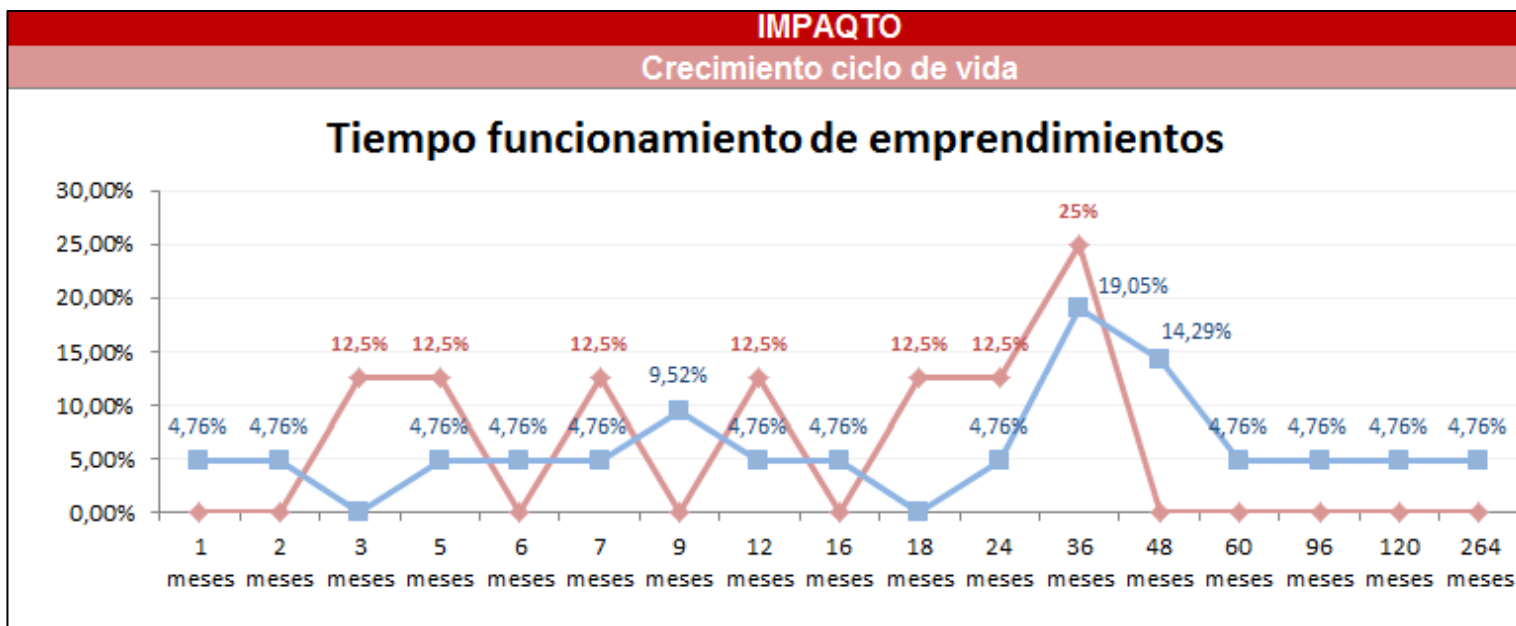
CONCLUSIÓN

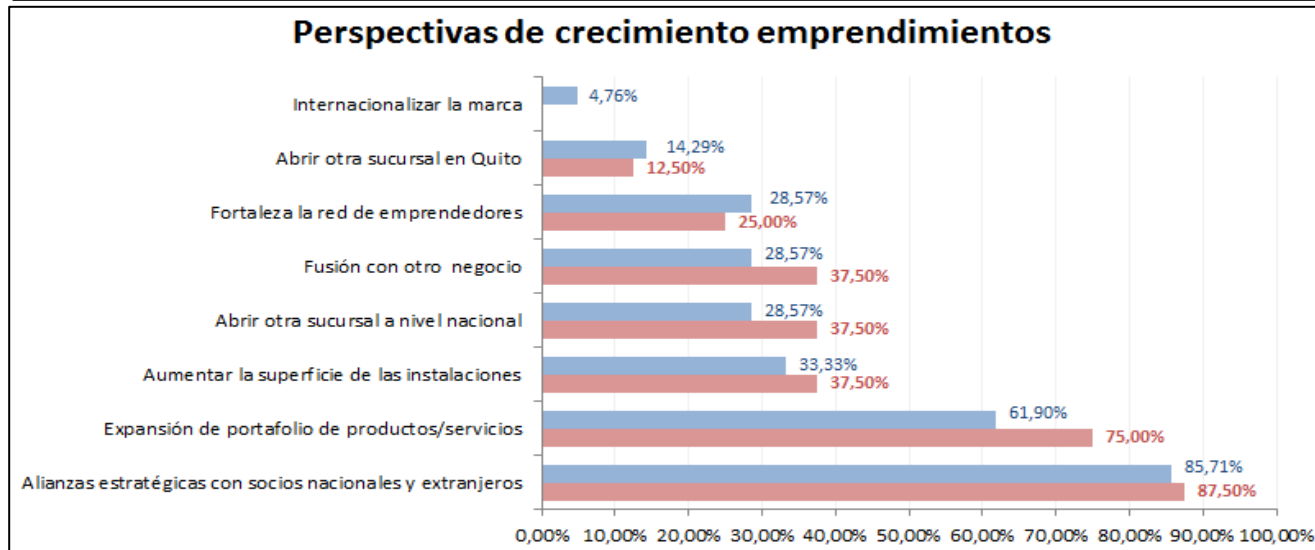
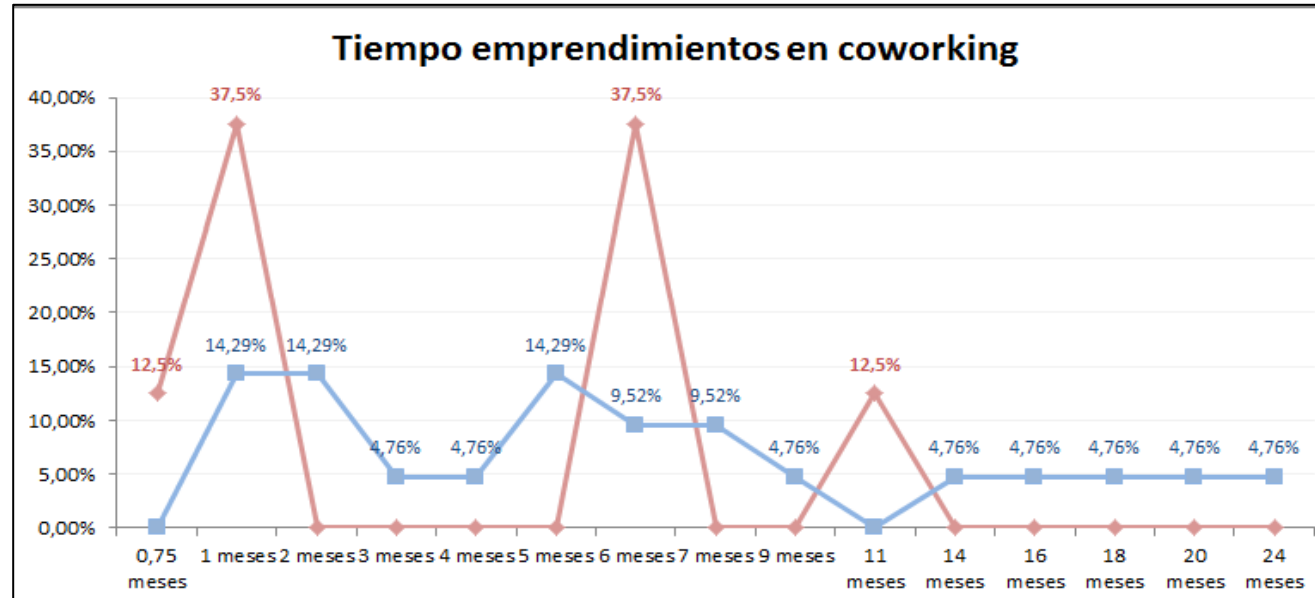
Se rechaza H_0 y se acepta H_1

Las proporciones emprendedores de ImpaQto tienen relaciones diferentes con los dueños del coworking

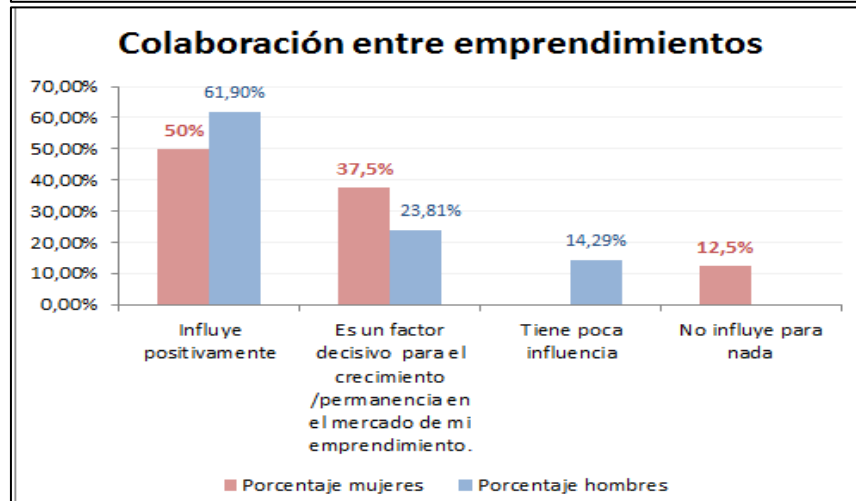
ANEXO 6: VARIABLES DE CRECIMIENTO - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE IMPAQTO ENCUESTADOS

a) Crecimiento del ciclo de vida (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, cuarta pestaña “Crecimiento”)

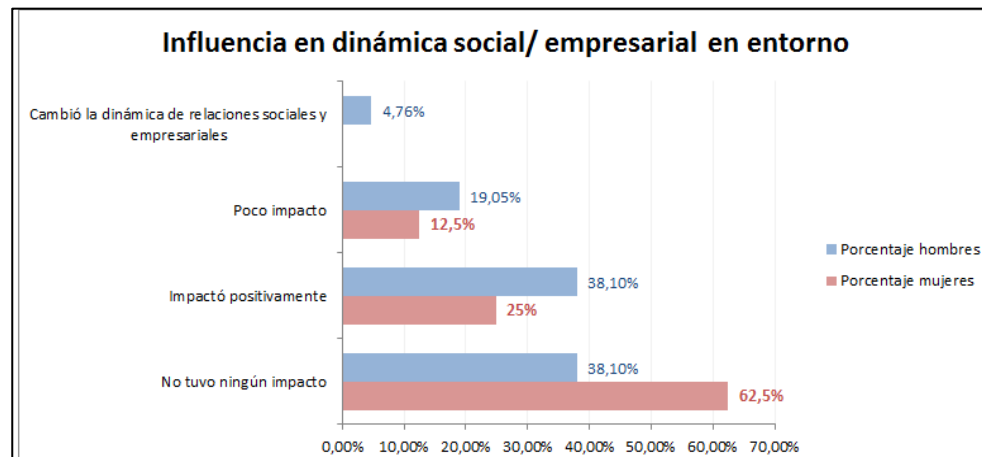
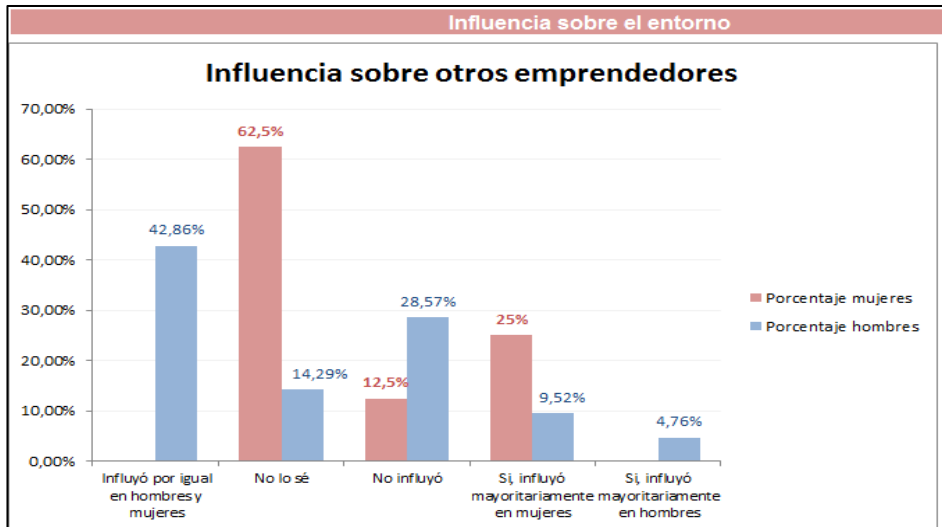




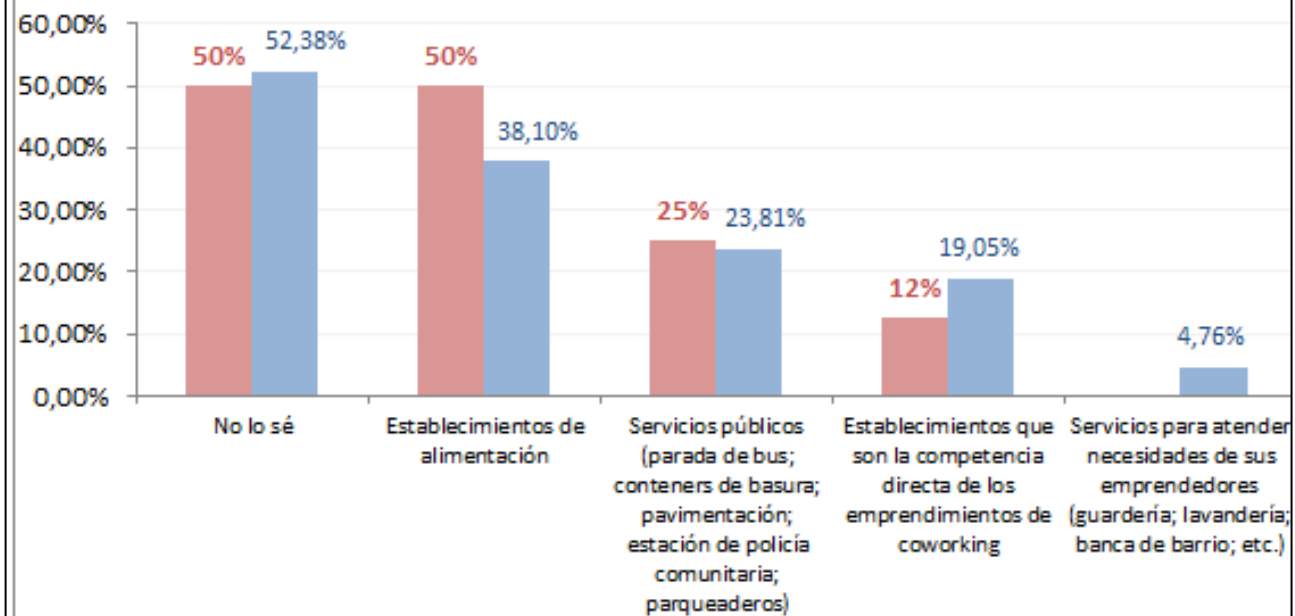
b) Crecimiento colaborativo (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, cuarta pestaña “Crecimiento”)



c) **Influencia sobre el entorno (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, cuarta pestaña “Crecimiento”)**

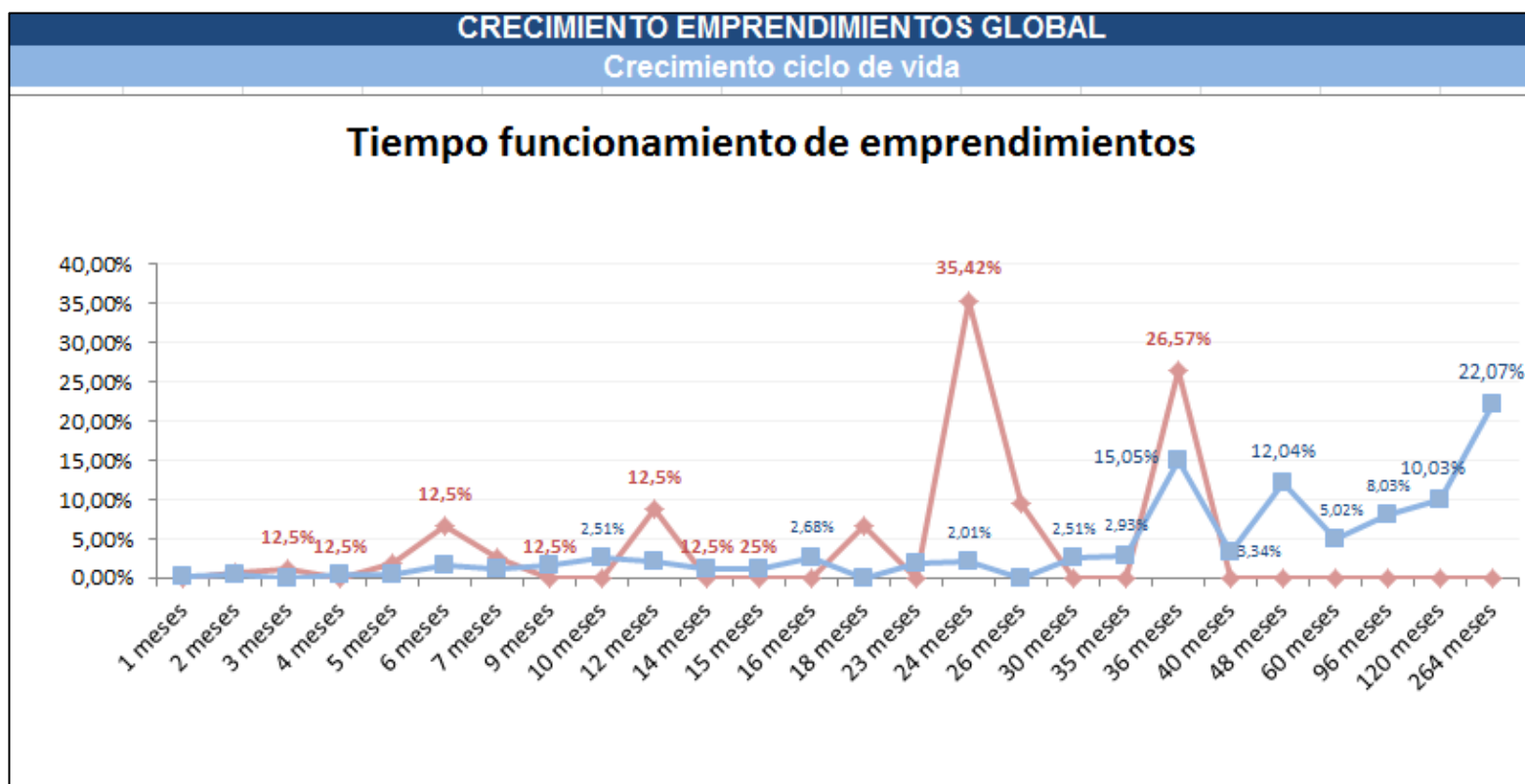


Negocios abiertos aledaños al coworking

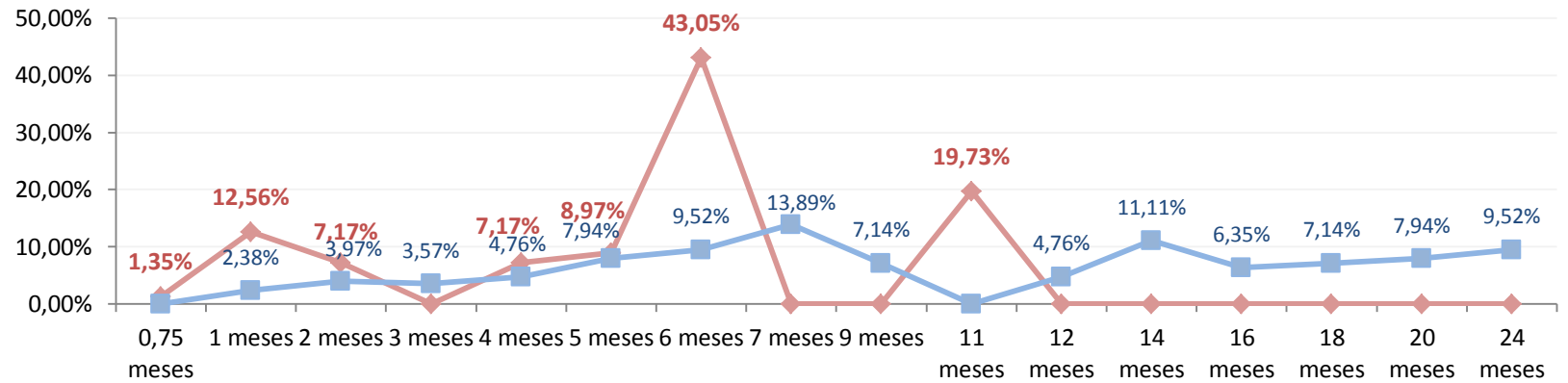


ANEXO 7: VARIABLES DE CRECIMIENTO - EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS ENCUESTADOS GLOBAL

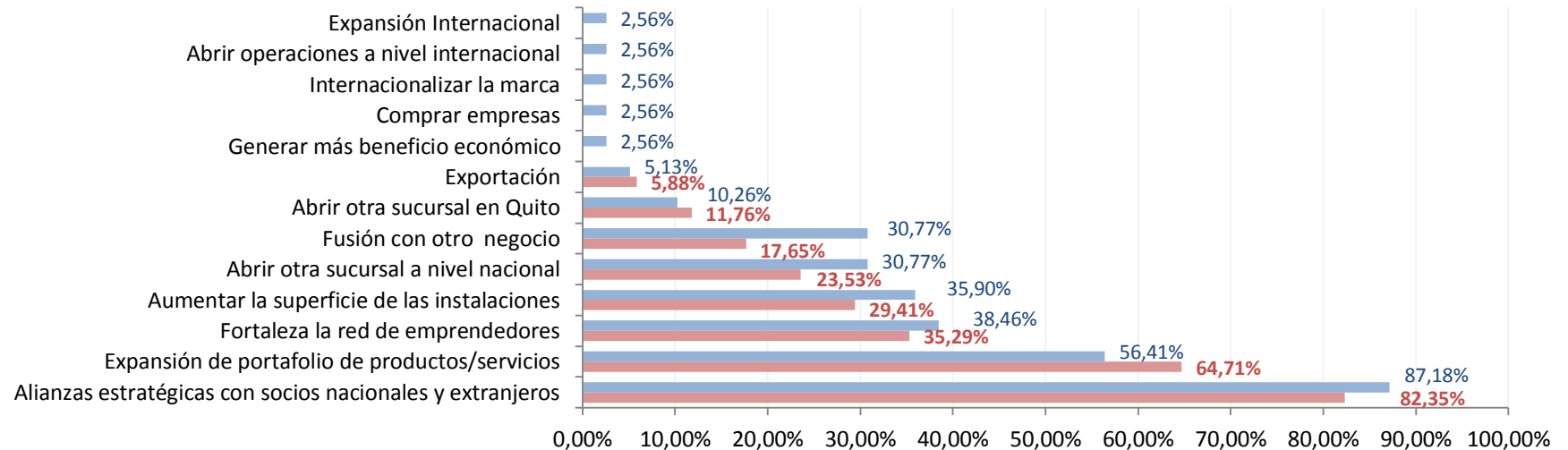
a) Crecimiento periódico (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, quinta pestaña “Crecimiento Global”)



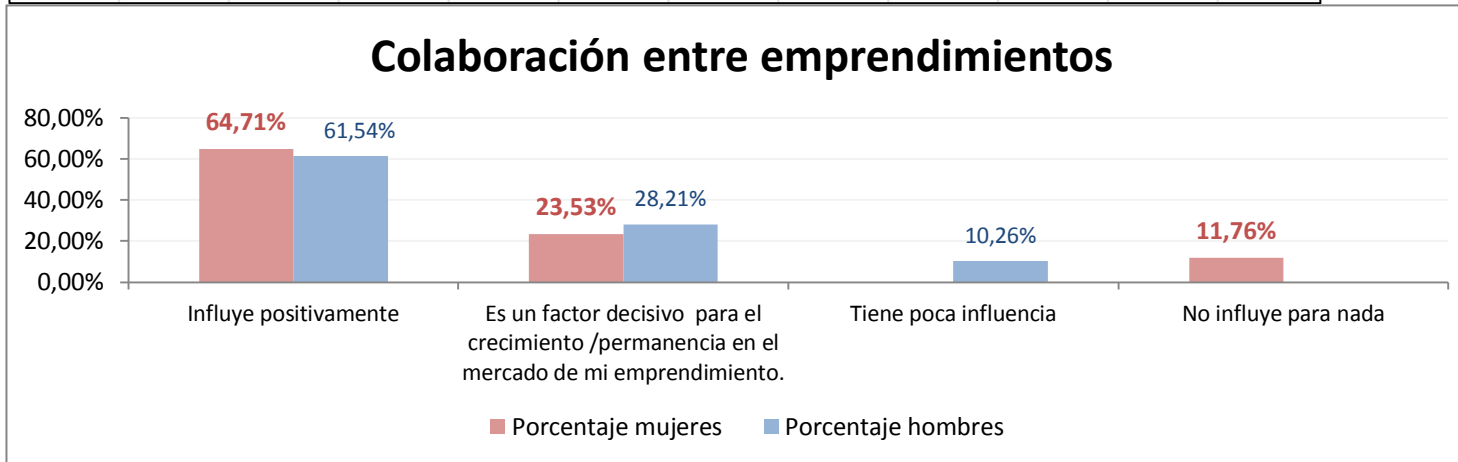
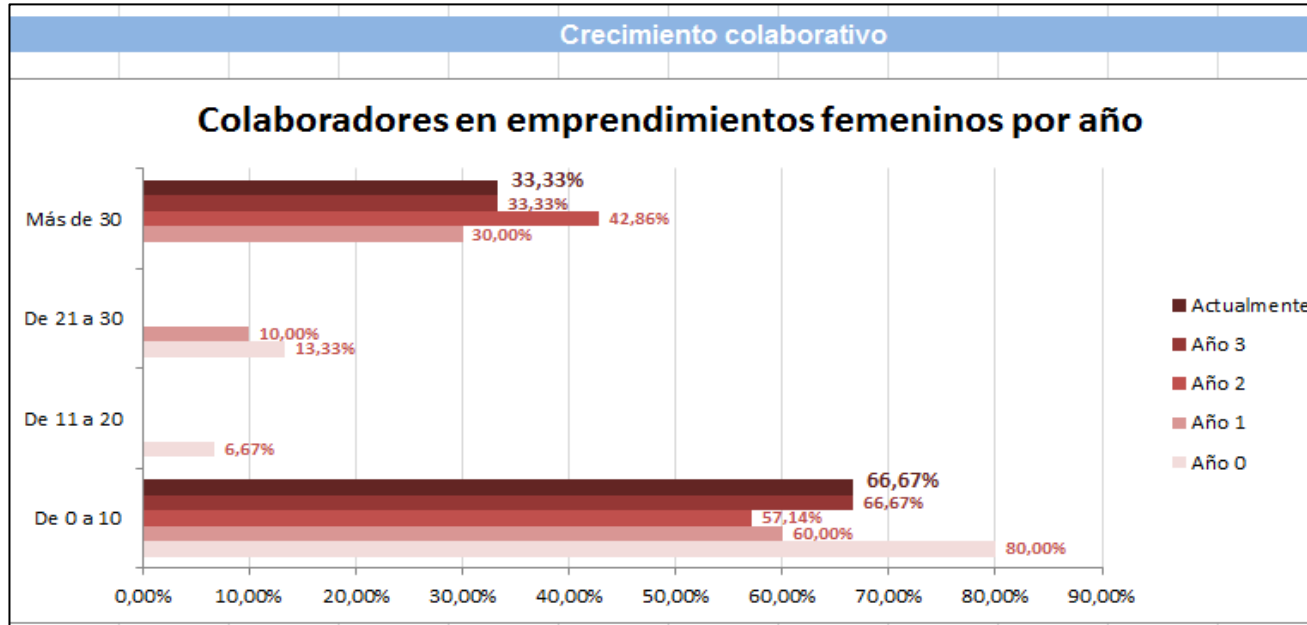
Tiempo emprendimientos en coworking



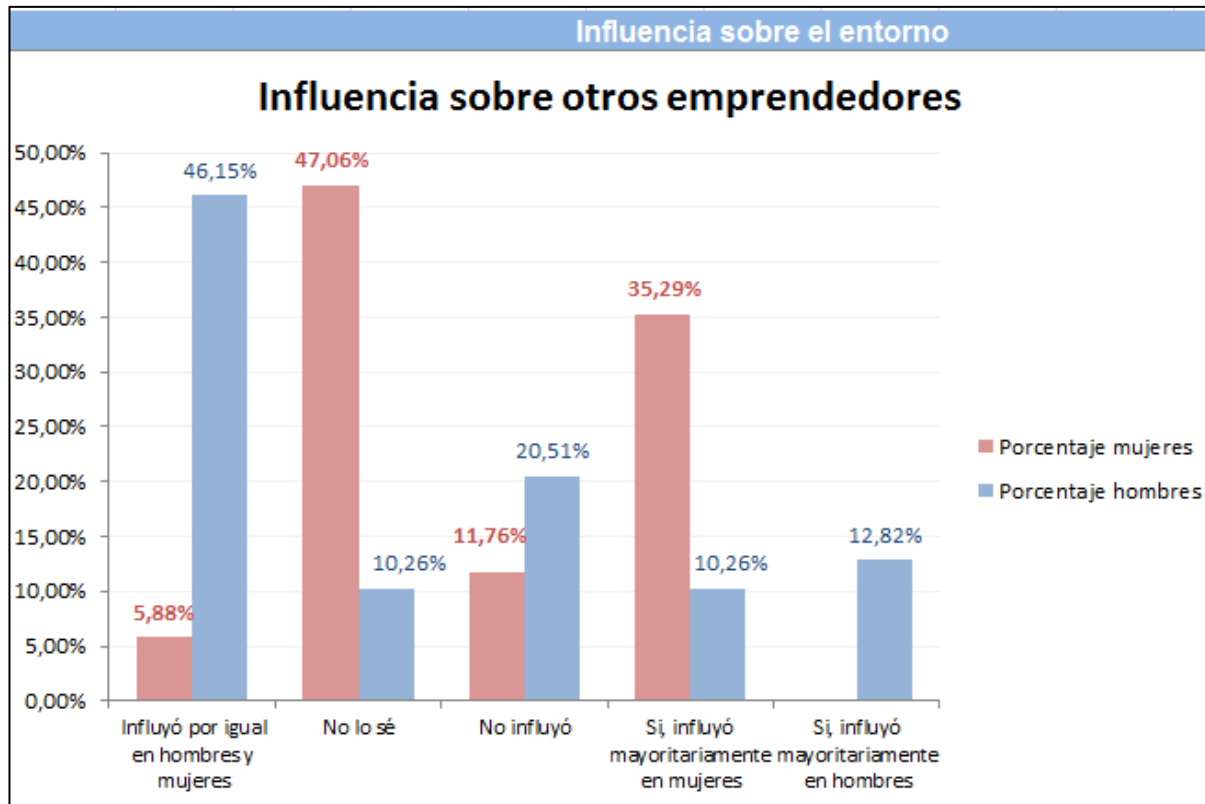
Perspectivas de crecimiento emprendimientos



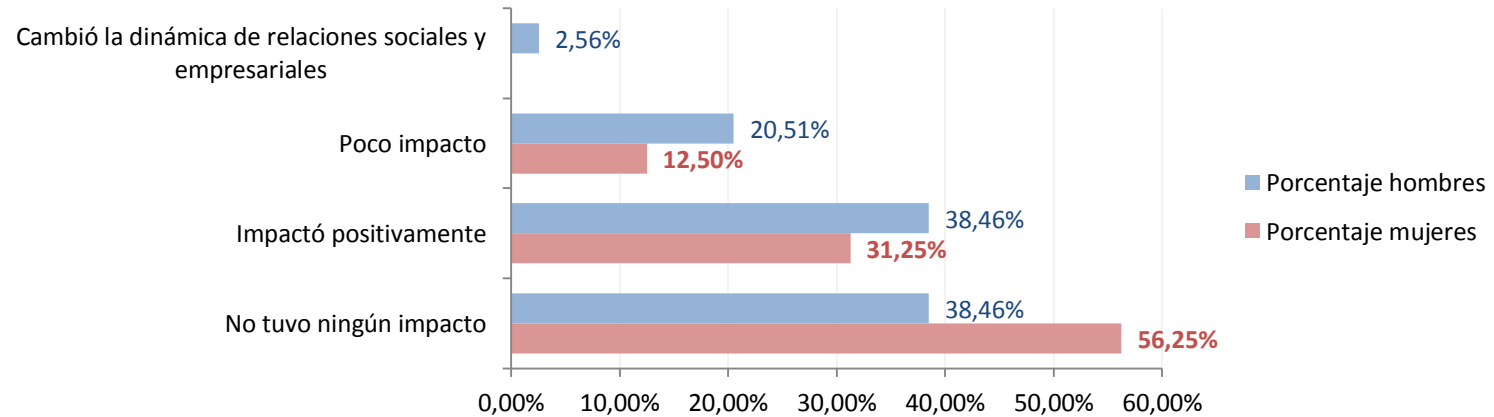
b) Crecimiento colaborativo (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, quinta pestaña “Crecimiento Global”)



c) **Influencia sobre el entorno** (archivo Excel: Análisis Emprendimientos ImpaQto, quinta pestaña “Crecimiento Global”)



Influencia en dinámica social/ empresarial en entorno



Negocios abiertos aledaños al coworking

